MLM LÀ GÌ?

MLM là cụm từ viết tắt của "Multi Level Marketing", tại Việt nam thuật ngữ này được dịch ra tiếng Việt với nhiều tên gọi khác nhau nhau như "Kinh doanh theo mạng (Network Marketing)", "Kinh doanh đa cấp", "Bán hàng đa cấp" "Tiếp thị đa tầng"... dùng để chỉ một **phương thức bán hàng trực tiếp** trong đó việc lưu hành, bán và phân phối sản phẩm (nói cách khác là tiêu thụ hàng hóa) được thực hiện qua một **cơ cấu nhiều tầng** bao gồm những **cá nhân** riêng biệt hoạt động độc lập.

Những cá nhân này không phải là nhân viên của công ty, họ là **đối tác** phân phối hàng hoá cho công ty. Họ là các doanh nhân kinh doanh độc lập, giới thiệu sản phẩm tới những khách hàng và như vậy, họ có khoản thu nhập nhất định. Ngoài ra họ còn giúp đỡ những người khác cùng tham ra doanh nghiệp MLM, dậy họ cách xây dựng mạng lưới phân phối viên của riêng mình, mạng lưới đó thường được gọi là downline (tuyến dưới).

Trong "Nghị định về giám sát hoạt động bán hàng đa cấp" do Chính phủ Việt nam ban hành, tại Điều 2 đã định nghĩa: *"Bán hàng đa cấp là một phương thức tổ chức kinh doanh của doanh nghiệp thông qua nhiều cấp khác nhau, trong đó người tham gia sẽ được hưởng tiền hoa hồng, tiền thưởng và/hoặc lợi ích kinh tế khác từ kết quả bán hàng hóa của mình và của người khác trong mạng lưới do người đó tổ chức ra và được doanh nghiệp bán hàng đa cấp chấp thuận."*

Có lẽ không có một ngành kinh doanh hợp pháp nào lại đưa đến nhiều tranh cãi như kinh doanh theo mạng. Đây là một ngành kinh doanh đang phát triển với doanh thu hàng tỷ đô la Mỹ , trong khoảng thời gian hơn nửa thế kỷ tồn tại của mình đã chiến thắng không chỉ mọi người mà đã vượt qua mọi sự hiểu lầm, không khuất phục trước

những kẻ nói xấu, kiên nhẫn giải thích, chứng minh, khẳng định quyền tồn tại hợp pháp của mình.

Kinh doanh theo mạng – đó là hệ thống trong đó công ty – nhà sản xuất truyền bá sản phẩm hoặc dịch vụ của mình thông qua mạng lưới những nhà phân phối độc lập, và khi tham gia họ tự kết nối với mình những nhà phân phối khác. Theo nguyên tắc, quá trình diễn ra một lúc ở nhiều bậc và cho hai khả năng thu nhập:

1. Từ việc tiêu thụ hàng hóa thông qua nhứng người quen, người thân.
2. Từ việc xây dựng mạng lưới các nhà phân phối.

Hệ thống này cho phép công ty tăng liên tục nhu cầu đặt hàng và khả năng đầu tư nhiều hơn cho nhà sản xuất, bởi vì kinh doanh theo mạng cho phép giảm thiểu tối đa những chi phí cho quảng cáo, nhà phân phối thu lợi nhuận ổn định, sự tự do về tài chính, tự do cá nhân và có khả năng phát triển tiềm năng sáng tạo của mình. Các nhà phân phối viên không phải lo lắng về việc giảm biên chế, không khép nép với các "sếp" và không bị ảnh hưởng của khủng hoảng kinh kế, chính trị. Họ tự lập thời khóa biểu cho công việc, tự định mức thu nhập, tự nghỉ phép va không bao giờ sợ bị mất việc. hơn nữa, việc phân phối hàng hóa một cách độc lập này không đòi hỏi ở họ bằng cấp hay một khả năng đặc biệt nào cả. điều duy nhất cần ở họ là lòng mong muốn học hỏi và làm việc. như mọi ngành kinh doanh khác, kinh doanh theo mạng không chấp nhận kẻ lười biếng. tuy nhiên kinh doanh theo mạng là nơi phát triển tốt cho những người cần cù, ham học hỏi, không ngừng trau dồi bản thân và họ được đền đáp hậu hĩnh từ công sức bỏ ra.

Không cần phải giấu diếm rằng đạt thành công lớn trong kinh doanh theo mạng là một bài toán khó. Mặc dầu nguyên lý của kinh doanh theo mạng là đơn giản và dễ thực hiện, công việc của nhà phân phối lại đòi hỏi ở họ một ý chí phi thường. Phần đông chúng ta từ tấm bé đã quen với sự phục tùng, làm theo mệnh lệnh. Ở đây, bạn phải tự làm lấy mọi việc và cái giá của sự do là trách nhiệm lớn lao, trước tiên là trách nhiệm đối với bản thân. Hơn nữa, ngay cả chuyện bắt bản thân dậy sớm hàng ngày cũng không phải chuyện dễ dàng chứ

chưa nói đến khả năng đều đặn và kiên trì đi trên một con đường đã định, hàng ngày đi dù chỉ một bước nhỏ đến cái đích đã vạch sẵn, mặc cho sự nghi ngờ của bạn bè, sự phản đối của người thân, sự chế nhạo của người quen. Dầu sao, vẫn có hàng ngàn - hàng ngàn người đã chọn khả năng này và họ đã không lầm. tự họ đã thành đạt và giúp cho nhiều người lên đến đỉnh cao đó và đạt được mọi thành tựu. Trả lại cho họ niềm hy vọng và lòng khát khao với cuộc sống.

Mặt khác sẽ là một sai lầm lớn nếu coi kinh doanh theo mạng chỉ là cách kiếm tiền mới. Chính kinh doanh theo mạng không chỉ là thương mại mà là triết lý của nền văn hóa mới về dinh dưỡng và lối sống lành mạnh.

Mọi việc bắt đầu từ năm 1920 tại trại tù Trung Quốc , nơi gian giữ nhà hóa học người mỹ Karl Renborg, dễ hiểu rằng đối với những người sống trong điều kiện đói kém, sự ăn uống đúng và đầy đủ đã trở thành vấn đề sống còn. Cho nên cũng dễ hiểu khi ông Renborg đã nảy sinh ý định tạo ra chất bổ sung dinh dưỡng cho con người , bổ sung những thành phần có ích cho cơ thể như Vitamin, các chất vi lượng, đa lượng, những chất cần thiết cho việc phát triển bình thường của các cơ quan chức năng trong cơ thể con người . Khi về nước ông đã đưa tư tưởng đó vào cuộc sống và tạo ra sản phẩm bổ sung dinh dưỡng đầu tiên trên thế giới từ cỏ linh lăng và rau mùi.

Suy ngĩ của ông Renborg cũng đơn giản như suy nghĩ của mọi thiên tài khác. Cơ thể con người cần rất nhiều chất bổ dưỡng và những chất này chỉ có thể thu nhận được từ thức ăn. Việc thiếu chất dinh dưỡng đó đã tạo ra hàng loạt bệnh, trong đó có nhiều bệnh mãn tính mà trong điều kiện hệ miễn dịch bị suy giảm , bệnh làm giảm khả năng lao động và các hoạt động nói chung của con người. Tuy nhiên , nếu tính toán nhu cầu hàng ngày của chúng ta, ví dụ như về Vitamin và lượng Vitamin trong rau quả để một người bình thường sống khỏe mạnh, hàng ngày họ phải ăn mọi loại rau quả gì trong khả năng có thể ăn được. Vậy thì không đơn giản hơn sao nếu ta sử dụng tinh chất của các chất dinh dưỡng tự nhiên có hoạt tính sinh học, được chiết suất từ thức ăn có nguồn gốc động vật, hải sản và các loại thực vật ở trên rừng, dưới biển? đó chính là những chất bổ sung dinh dưỡng có

hoạt tính sinh học, ý nghĩa trực tiếp của nó không phải là chữa bệnh mà là ngăn chặn khả năng phát sinh của nó.

Nhưng thôi, chúng ta hãy quay lại với lịch sử của ngành kinh doanh theo mạng. Để hiện thực hóa phát minh của mình, năm 1934, ông Renborg đã lập ra công ty mang tên "Nutrilite Product". Công ty này không tuyển bất kỳ một nhân viên nào. Thay vào đó, lãnh đạo công ty mời cả một đội quân các nhà phân phối độc lập vào quá trình tiêu thụ hàng hóa... "Hãy giới thiệu sản phẩm này cho bạn bè của anh chị- ông Renborg nói - với người quen của mình - và tôi sẽ trả hoa hồng cho anh chị nếu họ mua một cái gì đó" . Với hệ thống này, toàn bộ hoạt động kinh doanh có thể diễn ra mà không tốn bất cứ một chi phí hay khoản tiền trả trước nào, không có lãnh đạo và nhân viên , không cần thuê văn phòng làm việc hay thuê bất kỳ điểm quảng cáo nào. Các nhà phân phối tự làm lấy mọi việc – sử dụng sản phẩm – cảm nhận chất lượng và giới thiệu sản phẩm đó cho bạn bè của họ. Họ đồng thời là người tiêu dùng vừa là người tổ chức thị trường tiêu thụ cho sản phẩm. Và càng giới thiệu cho nhiều người mới, họ càng có thu nhập cao. Đó là hệ thống liên tục phát triển và điều đó giúp cho ông Renborg nhanh chóng trở lên giàu có.

Công ty Nutrilite Product vẫn còn tồn tại cho đến ngày nay như là một bộ phận của công ty "Amway". Công ty Amway do hai Nhà phân phối thành đạt của ông Renborg thành lập năm 1959. Năm 1975, Ủy ban thương mại Liên Bang Hoa Kỳ bắt đầu xét xử để buộc tội công ty này về việc sử dụng các hình thức kinh doanh không hợp pháp. Đây là cuộc chiến đầu tiên và nghiêm túc để dành quyền sống và tồn tại hợp pháp của ngành kinh doanh theo mạng, được công nhận là ngành kinh doanh hợp pháp và không có gì chung với kinh doanh "hình tháp ảo".

Tiến bộ của kỹ thuật, sự phát triển của Công Nghệ thông tin và Internet, sự xuất hiện của các chuyên gia không chỉ trong thực tiễn và cả lý luận, những người đã viết ra vô số các sách hướng dẫn và vô vàn lời khuyên cho người mới học việc, tất cả những điều đó đã thúc đẩy sự phát triển rầm rộ của ngành kinh doanh theo mạng trên thế giới. Bây giờ các nhà phân vối không còn sợ phải đối mặt một mình

với các vấn đề chuyên môn, họ không phải tự mình xoay sở cả núi giấy tờ, làm các con tính, thức thâu đêm để nói chuyện điên thoại, khản cả giọng để nhắc đi nhắc lại mỗi một điều trước những người có mong muốn tham gia doanh nghiệp và đi tới tận cuối trời để mua sản phẩm. Những thành tựu mới trong lĩnh vực công nghệ thông tin đã cho phép đơn giản hóa, chuẩn mực hóa và tối ưu hóa những vấn đề khó khăn nhất của một nhà phân phối độc lập. Với sự xuất hiện của video, các hệ thống truyền thông mới nhất, computer và internet, kinh doanh theo mạng đã nhận được sự tự do không phải về tài chính mà cả sự tự do cho từng cá nhân.

Bây giờ, một nhà phân phối không cần phải chuẩn bị tỉ mỉ cho cuộc nói chuyện đầu tiên với khách hàng đầu tiên. Anh ta chỉ cần nhấc điện thoại, gọi cho người đỡ đầu và sử dụng hệ thông điện thoại ba kênh để nói chuyện với người mới và nhờ vậy anh ta có thể được trợ giúp trong những tình huống khó khăn. Anh ta có thể giới thiệu về công ty với mọi người thông qua những cuốn băng Video và nhờ đó tiết kiệm được sức lực, giọng nói và chuẩn bị tinh thần để trả lời các câu hỏi có thể có. Các cửa hàng thương mại điện tử cũng có thể giúp các nhà phân phối đặt hàng mà không cần phải bước ra khỏi nhà và Email giúp anh ta ngay trong chốc lát gửi thư cho tất cả mọi người trong mạng lưới của mình. Mỗi tiến bộ của khoa học đều làm cho công việc kinh doanh của các nhà phân phối viên trở nên đơn giản hơn, mỗi một phát minh mới đều làm cho nganh kinh doanh theo mạng trở nên gần gũi với nhiều người hơn.

Tất nhiên kỹ thuật đòi hỏi nhiều thời gian và phương tiện cho việc sử lý và sử dụng nó, nhưng đó là công việc của công ty chứ không phải của các phân phối viên. Và chẳng có gì lạ khi nhận thấy rằng công nghệ máy tính chỉ làm tăng vai trò của từng phân phối viên riêng biệt, nó giải phóng con người, giúp con người có thời gian để thực hiên những việc mà máy tính không thực hiện được – lên kế hoạch, soạn thảo chiến lược và quan trọng nhất đó là giao tiếp giữa con người với con người. Chính điều này đã tạo ra sự hấp dẫn của ngành kinh doanh theo mạng: Nó tồn tại là cho con người – cho từng cá nhân cụ thể, dành cho họ sự chú ý, quan tâm đến từng vấn đề hiện hữu và giải quyết chúng một cách tuyệt vời.

Nhiều công ty có tên tuổi trên thế giới từ lâu đã đánh giá cao khả năng của kinh doanh theo mạng và đã sử dụng chiến lược này trong hoạt động của mình. Có thể kể đến những tên tuổi nổi tiếng nhất như: Coca cola; Colgate; Gilette; Vía; Lipton; Ford; Canon; Sharp; Xerox;.....Hiện nay tại các công ty kinh doanh theo mạng có khoảng 25 triệu người tham gia chuyên nghiệp, phân phối trên 25 ngàn loại hàng hóa, dịch vụ. Tổng doanh thu hàng năm đạt trên 25 tỷ đô la Mỹ với mức tăng trưởng khoảng 20% - 30% mỗi năm. Dựa trên những ưu việt không thể chối cãi được và việc dễ dàng tham gia vào kinh doanh theo mạng có thể dự đoán rằng hình thức phân phối hàng hóa này sẽ mang tính chất toàn cầu trong tương lai gần nhất.

Tuy nhiên, có một số điều khác cũng không kém phần quan trọng – đó là nội dung của hình théc kinh doanh này. Nội dung của ngành kinh doanh theo mạng là: đó là một triết lý về một lối sống lành mạnh và một ngành kinh doanh mang tính đạo đức. Trên hành tinh này có trên 6 tỷ người, mỗi một người trong số đó cần đến chúng ta. Chúng tôi sẵn sàng đến giúp đỡ họ. Còn bạn?

NGUYÊN LÝ VẬN HÀNH

Ngày nay, với sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật, con người đã có thể chế tạo ra hàng loạt những sản phẩm hiện đại như xe hơi, ti vi, máy tính... Song lại phải đối mặt với vấn đề khác: làm sao để bán được hàng trên thị trường, để đưa những thành quả làm ra đến người tiêu dùng một cách nhanh chóng và hiệu quả nhất.

Trong nền kinh tế hiện đại, vấn đề phân phối có ý nghĩa hết sức quan trọng. Cuộc chiến tranh giành khách hàng đang trở nên khốc liệt hơn bao giờ hết. Và thực tế là các nhà sản xuất buộc phải chi ngày càng nhiều tiền cho quảng cáo tiếp thị để thu hút sự chú ý của người tiêu dùng. Một thực tế là chi phí cho quảng cáo tiếp thị tăng không hề bảo đảm khả năng tiêu thụ sản phẩm sẽ tăng theo. Với số lượng các kênh truyền thông trực tuyến ngày càng nhiều như hiện nay, người tiêu dùng có xu hướng bị mất định hướng do quá tải thông tin. Và kết quả

là các nhà sản xuất không còn kiểm soát được tính hiệu quả của công cụ quảng cáo tiếp thị truyền thống.

Ở một số nước, không hiếm trường hợp nhà sản xuất được trả tiền để không sản xuất bởi chẳng những hàng sản xuất ra chỉ nằm trong kho chứ không đến được người tiêu dùng, mà còn có thể gây ra những xu hướng bất lợi trên thị trường. Ngành MLM đã ra đời như một giải pháp phân phối mới, giúp đưa hàng đến người tiêu dùng nhanh hơn, hiệu quả hơn và có lợi hơn với giá thấp hơn rất nhiều.

Mô hình MLM phân phối sản phẩm theo nguyên lý tương đối đơn giản - **Nguyên lý chia xẻ thông tin một cách trực tiếp**. Trên thực tế, tất cả chúng ta đều thường xuyên làm việc đó trong cuộc sống hàng ngày. Bạn cứ ngẫm lại xem: Bạn mua một cuốn phim video ở một sạp bán băng đĩa về. Xem xong, bạn thấy rất thích và liền kể cho người bạn nghe. Anh ta cũng muốn mua băng video đó và hỏi bạn đã mua ở đâu. Bạn sẵn lòng chia sẻ thông tin mà không ai trả tiền cho bạn, tất cả lợi nhuận đều do đại lý cho thuê băng được hưởng. Hay khi bạn đến ăn ở một nhà hàng và rất hài lòng về thức ăn, cách phục vụ và sự duyên dáng của cô phục vụ bàn, bạn liền kể cho người quen của mình nghe. Họ mặc dù chưa hề biết đến nhà hàng này nhưng qua sự giới thiệu (gián tiếp) của bạn cũng thử đến ăn ở nhà hàng này, và ông chủ nhà hàng chính là người được lợi chứ không phải bạn và bạn (vô tình) đã quảng cáo không công cho nhà hàng đó.

Các công ty sử dụng nguyên tắc phổ biến sản phẩm này tổ chức nó thông qua mạng lưới phân phối. Khái niệm MLM, tức là đưa sản phẩm đến với khách hàng thông qua mạng lưới các nhà phân phối, chính là bắt nguồn từ đây. Điều này xảy ra trên thực tế ra sao?

Các nhà phân phối mua sản phẩm, dùng thử, đánh giá chúng, thấy kết quả tốt sau khi sử dụng và chia xẻ thông tin (sản phẩm tốt) cho người

quen của mình và những người khác, những người đó cũng lại làm tương tự (dùng thử, thấy tốt, có kết quả..., chia xẻ thông tin này tới người khác)... Kết quả là hình thành một mạng lưới khách hàng (nhà phân phối) của công ty .

Như chúng ta đã thấy, quá trình này có thể kéo dài đến vô tận. Hệ thống được xây dựng không theo nguyên tắc quản lý cổ điển, mà được hình thành từ các nhà phân phối tự do muốn xây dựng những nhóm phân phối (mạng lưới) của mình, trong đó các thành viên cũng không phụ thuộc lẫn nhau. Mỗi khách hàng đều có thể trở thành nhà phân phối và người đỡ đầu, tức là phát triển các nhóm những nhà phân phối đứng dưới mình. Công việc đỡ đầu bao gồm việc tuyển dụng nhà phân phối mới, dạy họ cách bán hàng và phát triển mạng lưới và cách đào tạo người mới.

Hệ thống chia hoa hồng cũng rất có lợi cho tất cả các thành viên. Phần công việc được gọi là "đỡ đầu" cho phép nhà phân phối tăng thu nhập của mình, bởi các nhà phân phối không chỉ nhận được hoa hồng trên số hàng mình trực tiếp bán, mà còn nhận được phần trăm trên doanh số của các thành viên trong nhóm vì có công tập hợp được đội ngũ cộng sự và điều hành, đào tạo đội ngũ đó. Và nếu như các nhà phân phối trong nhóm đó cũng trở thành các nhà đỡ đầu thì không những thu nhập của họ tăng, mà của người đỡ đầu họ cũng tăng theo.

ƯU ĐIỂM CỦA MLM

Đối với các Công ty phân phối hàng hoá qua MLM

- Loại bỏ các khâu trung gian, tiết kiệm tối đa chi phí trong quá trình lưu thông phân phối hàng hoá, chi phí cho bộ máy hành chính, giảm thiểu chi phí quảng cáo...

- Có nhiều thời gian và tài chính hơn để đầu tư cho việc nghiên cứu nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển mặt hàng mới... nên các công ty này thường tạo ra các sản phẩm độc đáo, chất lượng tốt, đem lại nhiều lợi ích cho người tiêu dùng do đó khả năng cạnh tranh của sản phẩm rất cao.
- Hạn chế được hiện tượng hàng giả, hàng nhái vì sản phẩm được phân phối đi trực tiếp từ kho hàng của công ty đến tận tay người tiêu dùng.
- Tạo ra một mạng lưới người tiêu dùng trung thành, một hệ thống phân phối hàng hoá khổng lồ rộng khắp mọi nơi trên thế giới một cách nhanh chóng (phát triển theo cấp số nhân). Nhiều công ty MLM vẫn giữ được tăng trưởng cao dù trong giai đoạn khủng hoảng kinh tế.

Đối với xã hội

- Huy động được sức lao động nhàn rỗi trong nhân dân. Giải quyết công ăn việc làm, nâng cao thu nhập, cải thiện chất lượng cuộc sống.
- Phát huy tinh thần đoàn kết, tinh thần đồng đội hỗ trợ, giúp đỡ nhau cùng vươn tới thành công.
- Tăng khoản thu cho ngân sách nhà nước, tăng phúc lợi xã hội.

Người tiêu dùng

- Có nhiều cơ hội hơn được sử dụng hàng chất lượng cao với giá phải chăng. Có được quyền phát triển kinh doanh các sản phẩm có chất lượng cao (trong kinh doanh truyền thống, chỉ có các công ty có tên tuổi mới có được quyền này).
- Nhận được dịch vụ chăm sóc tốt hơn.

Đối với những người tham gia ngành MLM

Bên cạnh những ưu điểm đối với nền kinh tế và xã hội nói chung, ngành MLM đem đến cho các thành viên tham gia những cơ hội không dễ có được trong các ngành nghề truyền thống:

1. Được quyền lựa chọn công việc, quyền lựa chọn đối tác, quyền lựa chọn đồng nghiệp.

Trong một doanh nghiệp MLM, mỗi thành viên tự phát triển mạng lưới của riêng mình, tự tuyển chọn vào hệ thống của mình những người mà họ thích cộng tác. Không ai có thể ép Bạn nhận một người mà Bạn không ưa. Số lượng người trong hệ thống cũng do Bạn tự quyết định.

2. Cơ hội làm thêm mà không ảnh hưởng tới công việc chính.

Một người mới tham gia MLM sẽ không cần phải "bỏ" công việc hiện tại để vùi đầu vào công việc mới mà chưa biết có thành công hay không. Trong giai đoan đầu, thông thường chỉ cần bỏ ra cho công việc này từ 2 đến 3 tiếng mỗi ngày, còn khi doanh nghiệp đã lớn mạnh nhanh chóng và đòi hỏi nhiều công sức hơn thì tự Bạn sẽ quyết định: dồn toàn bộ sức lực cho MLM hay vẫn tiếp tục kết hợp. Trên thực tế, phần lớn đều chọn giải pháp sau: nếu việc làm thêm (MLM) bắt đầu mang lại thu nhập lớn hơn công việc chính trong khi chiếm ít thời gian và sức lực hơn thì chính nó sẽ trở thành công việc chính.

3. Hoàn toàn tự do, tự chủ trong công việc.

Trong một doanh nghiệp MLM, mỗi người tự xác định cho mình thời gian, địa điểm cũng như lượng công việc của mình. Bạn sẽ có thể tự quyết định dậy vào lúc nào: 7 giờ hay 10 giờ sáng, gặp gỡ những ai, làm việc bao nhiêu tiếng một ngày, bao giờ thì đi nghỉ và nghỉ bao lâu… Tất cả chỉ phụ thuộc vào ý muốn của riêng Bạn và tính bức xúc của nhu cầu đó. Nếu Bạn thỏa mãn với mức thu nhập 100 đôla/tháng, Bạn có thể không cần bỏ nhiều công sức mà chỉ cần làm việc 8 tiếng mỗi tuần, song nếu Bạn muốn có thu nhập 1000-2000 đôla/tháng hoặc hơn, đương nhiên, thời gian biểu làm việc của Bạn sẽ phải dày hơn.

4. Cơ hội có được thu nhập mà chỉ có các chủ doanh nghiệp lớn, các ngôi sao ca nhạc... mới có được.

MLM cho bạn cơ hội tận dụng được sức mạnh đòn bẩy của hệ thống. Số tiền tạo ra trong MLM phụ thuộc vào doanh số bán hàng của bản thân nhà phân phối và mạng lưới của người đó. Khi mạng lưới đủ lớn sức mạnh đòn bẩy phát huy tác dụng đem lại cho người có công gây dựng ra nó một thu nhập mà một người làm công ăn lương không thể có được. Ở Mỹ, một nhà phân phối lớn trong doanh nghiệp MLM có thu nhập 1 triệu đôla/năm không còn là chuyện đáng ngạc nhiên. Một số nhà phân phối theo mô hình MLM tại Nga cũng đã đạt được mức thu nhập tương tự. Tại Việt Nam, nhiều người đã có được mức thu nhập vài chục ngàn USD/tháng.

5. Bạn có thể phát triển sự nghiệp và tăng thu nhập nhanh

Để có một sự nghiệp "đáng nói" trong một doanh nghiệp truyền thống, mỗi người thường phải trải qua 5 năm đại học, vài năm lao động cật lực để tích luỹ kinh nghiệm, trở thành chuyên nghiệp. Trong khi đó, việc phát triển sự nghiệp cũng như thu nhập lại bị hạn chế bởi những vị trí lãnh đạo trong công ty là hữu hạn.

Trong MLM, có thể lập nghiệp thành công chỉ trong vòng 1 năm, từ tay trắng có thể đạt tới mức thu nhập 1000-1500 đôla/tháng hoặc hơn nhiều (một số người có thu nhập năm đầu lên tới gần 10 ngàn đôla/tháng).

Nhân vật huyền thoại của MLM - ông Glen Terner, khởi nghiệp trong MLM với số vốn 5000 đôla, chỉ trong vòng 5 năm đã kiếm được một tài sản kếch sù trị giá 300 triệu đôla.

Lẽ dĩ nhiên, cũng như bất kỳ ngành nghề nào khác không phải ai cũng có thể thành công nhanh chóng. Thống kê cho thấy, chỉ có 10% người trong MLM đạt được những thành tựu đáng nể, song con số này là không tồi chút nào. Đặc biệt, nếu so sánh với kinh doanh "truyền thống": chỉ có 5% doanh nghiệp vừa và nhỏ ăn mừng được sinh nhật thứ 10, số còn lại đều thất bại.

Còn nhiều nhà doanh nghiệp MLM với thâm niên 3-5 năm hoàn toàn thỏa mãn với mức thu nhập ổn định 800-1000 đôla mỗi tháng.

Tốc độ tăng trưởng thu nhập trong ngành MLM cũng đáng kinh ngạc. Nếu với một cơ cấu tổ chức hợp lý và cơ chế đào tạo và khuyến khích hiệu quả, thu nhập của các thành viên MLM có thể tăng gấp đôi mỗi năm.

"Quy luật thành công", theo định nghĩa của chủ tịch "Hiệp hội MLM thế giới" Doris Wood, chính là "Một-cộng-Một". Có nghĩa là, nếu mỗi tháng, một nhà phân phối tuyển được 1 người gia nhập mạng lưới của mình và những người đi sau cũng làm được tương tự thì sau 1 năm, mạng lưới của anh ta sẽ có được 4096 người!

Dĩ nhiên, khó có thể đạt được thành tích này trên thực tế, song con số này cũng đáng để suy nghĩ.

Trong MLM, người ta rất thích câu hỏi: Bạn sẽ chọn 100 ngàn đôla một lúc hay 1 cent nhưng được nhân đôi mỗi ngày? Đương nhiên,

câu trả lời của bất cứ ai biết làm toán sẽ là 1 cent, bởi lẽ số tiền này sau một năm sẽ biến thành nhiều triệu đôla!

6. Thăng tiến không phụ thuộc vào quan hệ cá nhân với "người đỡ đầu" và lãnh đạo công ty.

Trong MLM, sự nghiệp của Bạn chỉ phụ thuộc vào chính bản thân Bạn. Việc thăng tiến sẽ chỉ do máy tính tổng kết dựa trên doanh số bán hàng. Trong MLM, không thể "leo cao" nhờ quan hệ quen biết và cũng không thể bị "đì" do quan hệ không tốt với cấp trên.

7. Có cơ hội học được nghề mới nhanh chóng.

Trong MLM, chỉ trong vòng 1-2 năm đã có thể trở thành chuyên viên. Để đạt được điều này, Bạn không cần phải nghiên cứu hàng chục môn học như trong bất kỳ trường đại học nào và ngốn hàng trăm cuốn sách. Toàn bộ tài liệu về MLM đến nay chỉ gói gọn trong vòng vài ba chục cuốn sách nhỏ, cộng thêm báo, tạp chí, băng hình và băng thu âm… Thực tế, Bạn chỉ cần bỏ ra khoảng một giờ đồng hồ mỗi ngày để tự học là đủ.

8. Thành công không của Bạn phụ thuộc vào giới tính, tuổi tác, học vấn và tính chất công việc trước đây.

Hệ thống MLM cho phép bất cứ ai cũng có thể tổ chức kinh doanh độc lập không phụ thuộc vào địa vị xã hội, học vấn, kinh nghiệm, giới tính và tuổi tác. Có những bà nội trợ bắt đầu tham gia ở lứa tuổi 60 và muộn hơn, nhưng cũng đạt được những kết quả không tồi. Song cũng có cả những nhà doanh nghiệp trẻ tuổi, các nhà bác học và nhà tâm lý học mà không hề đạt được kết quả gì.

9. Bạn có cơ hội phát triển cá nhân

Sự tiến bộ này chính là một trong những yếu tố quyết định thành công. Mỗi người tham gia MLM, nếu muốn trở thành thủ lĩnh, nhất định phải trở thành một người có sức thu hút, mà điều này là không thể nếu không có sự mở rộng tầm nhìn và đào sâu kiến thức trong các lĩnh vực khác nhau.

Những "người đỡ đầu" nhìn xa trông rộng thường bỏ nhiều công sức cho việc phát triển các nhà phân phối của mình, đồng thời bản thân các công ty MLM cũng không tiếc tiền cho việc "đầu tư vào con người". Các buổi hội thảo huấn luyện cho lãnh đạo các cấp trung và cao trong hầu hết các công ty MLM thường được tổ chức, và mỗi lần là một địa điểm mới. Chương trình học tập luôn được kết hợp với chương trình văn hóa và sau cuộc hội thảo, mỗi người trở về không chỉ với những kiến thức học được, mà còn vô số điều mới mẻ đã được thấy, được nghe trong chuyến đi cùng với cảm giác thoải mái sau một kỳ nghỉ. Chi phí cho những chuyến đi này được bù lại bằng việc tăng doanh số bán hàng, còn những người mới lại có động cơ để tiến bộ nhanh hơn.

10. Bạn có cơ hội mở rộng quan hệ

Mỗi ngày trong hệ thống MLM lại xuất hiện thêm những thành viên mới và họ được tiếp xúc trực tiếp với những nhà phân phối cũ. Mỗi người đến với hệ thống đều mang theo một hành trang, và trong một hệ thống hơn 100 người, Bạn có thể gặp đại diện của bất kỳ ngành nghề nào - bác sĩ, luật sư, ngân hàng, nghệ sĩ, bác học…

11. Bạn không cần (hoặc cần rất ít) vốn đầu tư ban đầu

Thông thường thì bạn không mất gì khi đăng ký gia nhập doanh nghiệp MLM. Tuy nhiên Bạn cũng nên đầu tư (cho bản thân Bạn) một số "đồ nghề" để làm việc như: Sản phẩm mẫu dùng thử, bộ "Kit" (Bên trong thường có đầy đủ tài liệu, sản phẩm mẫu...) để Bạn có thể bắt đầu công việc. Giá trị bộ "Kít" thường vào khoảng vài chục ngàn tới vài trăm ngàn (tuỳ theo giá trị những thứ chứa bên trong), song cũng có công ty trang bị miễn phí.

12. Bạn không bị phụ thuộc vào những yếu tố bất lợi bên ngoài

Các nhà kinh doanh MLM không gặp phải vấn đề xin đểu và không cần phải có "bảo kê", điều không thể thiếu trong việc kinh doanh hiện nay tại nhiều nơi.

13. Bạn không phải mạo hiểm về tài chính

Do Bạn không cần đầu tư nên cũng không có gì để phải mạo hiểm. Thậm chí, hàng mua lúc đầu nếu không bán được vẫn có thể trả lại công ty để nhận lại tiền - hầu hết các công ty MLM đều cho phép làm như vậy đối với các mặt hàng tiêu dùng.

14. Bạn có tương lai ổn định và lạc quan

Các doanh nghiệp MLM chỉ tiêu thụ các sản phẩm chất lượng rất cao và có nhu cầu trong những tầng lớp cao nhất của xã hội, và rất ít bị ảnh hưởng bởi các cuộc khủng hoảng tài chính. Suy cho cùng, làm sao khủng hoảng tài chính có thể ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa "người đỡ đầu" và nhà phân phối? Chẳng lẽ người ta lại từ chối sử dụng những sản phẩm đã quen dùng và rất cần thiết cho bản thân?

Chẳng qua trong thời kỳ khủng hoảng, tiêu thụ sẽ suy giảm đôi chút, song đó chỉ là hiện tượng nhất thời và sẽ nhanh chóng qua đi.

15. Bạn có thể phát huy tính sáng tạo

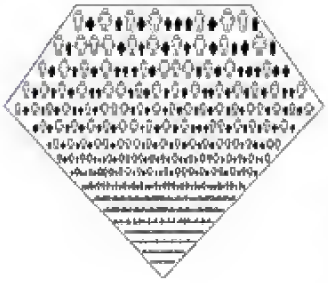
Công việc của người làm MLM giống như quá trình viết một cuốn sách hay. Người ta phải tự viết từng trang và nếu cuốn sách viết xong (tức là khi một bộ máy bắt đầu vận hành), cuốn sách sẽ mang đến cho tác giả ("người đỡ đầu") nguồn thu nhập thường xuyên. Một bộ máy đã được đào tạo sẽ có khả năng tự sinh sôi mà không phụ thuộc vào người đã tạo ra nó.

16. Bạn đạt được sự thỏa mãn về tinh thần vì tính chất cao quý của công việc.

Thứ nhất, mỗi người tham gia MLM đều phấn đấu trở thành "người đỡ đầu" của càng nhiều người càng tốt, gián tiếp tạo ra công ăn việc làm cho người khác. Có điều gì có thể làm chúng ta vui hơn khi nhìn thấy những người do chúng ta tuyển chọn trở thành những con người tự do, khỏe mạnh và giàu có? Không ở đâu có thể tìm được nhiều Bạn bè thật sự biết ơn Bạn vì đã tạo cơ hội cho họ thành công như trong MLM.

PHÂN BIỆT MLM VỚI HÌNH THÁP ẢO

MLM ngày càng phát triển rộng rãi, được nhiều người áp dụng đồng thời cũng không ít người phản đối. Một trong những nguyên nhân dẫn đến nghi ngờ hoặc phản đối chính là sự nhầm lẫn giữa **MLM, hình thức phân phối hàng hóa hợp pháp** với **mô hình hình tháp ảo** (trong Luật cạnh tranh gọi là: bán hàng đa cấp bất chính) là mô hình lừa đảo đang bị cấm ở tất cả các nước trên thế giới.



Cả hai kiểu đều sử dụng sức mạnh của cấp số nhân, nghĩa là mạng lưới càng về sau càng rộng ra. Cả hai đều có dòng tiền từ dưới lên và dòng giá trị khác từ trên xuống. Điểm khác nhau cơ bản chính là ở chỗ: nếu như trong MLM, giá trị đi xuống là sản phẩm hoặc dịch vụ có chất lượng cao, mang lại giá trị đích thực tương xứng với đồng tiền bỏ ra thì trong hình tháp ảo, giá trị đi xuống là một **giá trị ảo,** chỉ có giá trị tạm thời trong nội bộ hình tháp hoặc không có giá trị gì. Cũng có thể là một giá trị có tác dụng nhỏ hơn, không tương xứng với đồng tiền bỏ ra. Trong hình tháp ảo, mọi người tham gia chỉ với mục đích có mã số hoạt động để từ đó có quyền giới thiệu (lôi kéo) người khác mà không quan tâm đến sản phẩm có hiệu quả hay không, giá cả có phù hợp hay không. Chính vì thế thu nhập của người vào trước chỉ có thể dựa trên đóng góp của người vào sau. Đây là hình thức lừa người lân cận và đến một lúc nào đó thì tan vỡ.

Trong ngành MLM, người ta thường nói nhiều về **luân lý, nhân cách, ý chí**. còn trong hình tháp ảo

người ta thường đưa ra những lời hứa hẹn làm giàu nhanh chóng và dễ dàng. Có nhiều công ty lợi dụng hình thức MLM để che đậy hình tháp ảo của mình một cách tinh vi, ở đây chúng ta cần tỉnh táo để phân biệt giữa thật và giả. Trước khi bắt tay tham gia vào một công ty phân phối theo phương thức MLM nào, để phân biệt giữa công ty MLM chân chính và công ty ảo bạn cần nghiên cứu kỹ Luật cạnh tranh và Nghị định quản lý giám sát hoạt động bán hàng đa cấp của Chính phủ, trong đó quy định khá cụ thể và rõ ràng về vấn đề này. Ngoài ra, chúng tôi phân tích thêm về một số vấn đề mà bạn nên cân nhắc, xem xét kỹ những khía cạnh sau trước khi tham gia một công ty nào đó:

1. **Đóng góp bắt buộc (tên gọi khác: lệ phí gia nhập - bản quyền kinh doanh...) khi lần đầu vào công ty là bao nhiêu, khi tham gia vào mạng lưới có bị ép mua một lượng hàng nào không?**

   Nhiều công ty mà ngay khi gia nhập bạn đã phải mua ngay một lượng hàng hóa mà chưa biết là có khả năng bán được hay không. Một số công ty khác thu lệ phí gia nhập (còn gọi là quyền kinh doanh - hay lệ phí đăng ký...) quá cao so với những gì mà bạn nhận được khi đăng ký. Bạn nên cân nhắc với những công ty như vậy. Tuy nhiên bạn cũng cần đánh giá một cách khách quan, một số công ty khi đăng ký mặc dù mất một khoản lệ phí nhỏ nhưng bù lại công ty trang bị cho người mới đăng ký nhiều vật dụng mà giá trị của nó có thể bằng hoặc lớn hơn lệ phí người đăng ký phải bỏ ra (ví dụ: tài liệu, dụng cụ làm việc, sản phẩm mẫu...).

2. **Giá trị hàng hóa có tương xứng với đồng tiền bỏ ra hay không? Bạn có bán được hàng ra thị trường với giá đó hay không?**

   Nếu bỏ tiền ra chỉ để được tham gia vào công ty mặc dù sản phẩm có giá trị rất thấp, không tương xứng với đồng tiền bỏ ra thì đó là hình tháp ảo. Nếu hàng bạn nhận được không thể

bán được ra thị trường với cái giá "trên trời" nào đó thì đó không phải là hàng đúng nghĩa và bạn bị rơi vào hình tháp ảo.

Nếu bạn mua hàng của công ty sau đó đem hàng đó bán ra thị trường nhưng thị trường chỉ chấp nhận với giá thấp hơn giá mà bạn đã mua sỉ tại công ty, tức là bạn không thể có lãi hoặc thu lại được số tiền bạn đã bỏ ra thì có nghĩa bạn đang tham gia vào công ty hình tháp ảo.

3. Có ai tham gia mạng lưới chỉ để sử dụng hàng, không với mục đích kinh doanh không?

Nếu có thì đó là việc bình thường, còn nếu mạng lưới toàn những người mua hàng không với mục đích sử dụng thật sự mà chỉ để lĩnh hoa hồng thì đó là hình tháp ảo.

4. Công ty có cam kết mua lại sản phẩm (trong điều kiện còn sử dụng được...) từ các nhà phân phối trong trường hợp họ không bán được hay không?

Chính nhờ vào chất lượng sản phẩm tốt mà các công ty mlm chân chính mới tồn tại và phát triển được. Một sản phẩm tốt thì không có lý do gì mà công ty không dám mua lại. Một vấn đề nữa là chi phí hoàn trả hàng có hợp lý hay không (nhiều công ty áp dụng mức phí hoàn trả hàng là 10% giá trị lô hàng, một số công ty khác thì không hề thu bất kỳ khoản phí nào khi hoàn trả hàng).

5. Thu nhập (tiền hoa hồng, tiền thưởng...) lấy từ đâu ra?

Đây là vấn đề rất quan trọng cần nghiên cứu kỹ. Tiền thưởng (thu nhập) chỉ có thể có khi hàng được bán đến tận tay người tiêu dùng cuối cùng, lúc mà người tiêu dùng bỏ tiền ra để mua sản phẩm tương xứng với đồng tiền của họ và sử dụng chúng. Trong mô hình hình tháp ảo, hàng hóa chỉ quanh quẩn trong

nội bộ các nhà phân phối và không lưu thông đến tay người tiêu dùng thực sự, người tầng trên có tiền nhờ vào việc tầng dưới "ôm" hàng. Nhiều công ty khác chỉ cần lôi kéo được người mới vào hệ thống là bạn đã có tiền (thực chất là từ sự đóng góp của người mới khi gia nhập...). Bạn nên thận trọng với những công ty có dấu hiệu trên.

6. Tính dân chủ trong doanh nghiệp?

Trong chính sách hoa hồng phải nói lên được việc bạn vào sau vẫn có thể có thu nhập cao hơn người vào trước nếu bạn cố gắng và nỗ lực nhiều hơn, ngược lại thì đó là hình tháp ảo. Có những sơ đồ mà người vào trước mời gọi người khác tham gia, khi mạng lưới phát triển ra, sau đó không cần làm gì cả nhưng hàng tháng vẫn được nhận hoa hồng, đó chính là những công ty kinh doanh ảo.

Nhập cuộc MLM

Bạn đã tìm hiểu kỹ về ngành MLM và không muốn bỏ qua cơ hội **"Thuận lợi nhất trong lịch sử loài người"** này, Bạn đang đầy nhiệt huyết và muốn bắt tay ngay vào việc xây dựng doanh nghiệp MLM của giêng mình. Bạn phải bắt đầu từ đâu đây?

Dưới đây là một hệ thống bao gồm những bước căn bản giúp Bạn có thể triển khai công việc MLM của mình một cách trôi chảy nhất. Trên thực tế, Bạn có thể thực hiện cùng lúc một số bước, điều đó hoàn toàn tùy thuộc vào ý muốn của Bạn. Điều quan trọng là Bạn phải cảm nhận được thời điểm thích hợp để làm việc đó.

Bước 1: Lựa chọn công ty (đối tác)

Đây là bước khởi đầu quan trọng nhất, quyết định sự thành đạt của bạn trong ngành MLM. Hiện nay tại Việt nam có nhiều công ty để bạn lựa chọn, bạn nên tham khảo nhiều công ty khác nhau để có được sự lựa chọn tốt nhất, phù hợp nhất với bạn. Xem thêm: **"Các yếu tố cần nghiên cứu, xem xét khi lựa chọn công ty".**(phụ lục)

Bước 2: Đăng ký tham gia

Bạn có thể tiến hành ngay khi nhận thấy sản phẩm của công ty và bản thân công ty thích hợp với Bạn. Lập thời gian biểu cho mình càng sớm càng tốt. Bạn cần phải đặt ra mục tiêu cho mình và ghi chúng ra giấy. Hãy nghĩ xem, Bạn muốn đạt được gì nhờ ngành MLM: rèn luyện những kỹ năng giao tiếp và mở rộng quan hệ, kiếm thêm vài trăm ngàn tiêu vặt mỗi tháng hay muốn kiếm cả một gia tài, hay để có được cuộc sống thoải mái? Hãy nhớ là mục tiêu của Bạn phải cụ

thể, hiện thực, khả thi và phải có thời hạn rõ ràng. Trên cơ sở đó, hãy đặt cho mình kế hoạch trước mắt và lâu dài.

Bước 3: Nghiên cứu kỹ các tài liệu của công ty.

Tài liệu mà công ty cung cấp cho Bạn sẽ chính là khóa huấn luyện đầu tiên của Bạn. Các tài liệu lúc nào cũng phải ở trong tầm tay Bạn. Bạn cần phải đọc chúng thật kỹ và trao đổi với người đỡ đầu nếu có những thắc mắc. **Hãy nhớ là đừng bao giờ vội vàng giới thiệu sản phẩm hay công việc mới cho bất cứ ai khi Bạn còn chưa đọc kỹ các tài liệu hoặc chưa được trải qua một buổi huấn luyện nào**. Hãy chấp nhận một thực tế là Bạn cần phải trải qua một giai đoạn chuẩn bị (học hỏi), bởi Bạn cần trang bị cho mình những kiến thức và kỹ năng cơ bản như trong bất cứ một công việc nào.

Bạn có thể tìm đọc thêm các sách chuyên ngành MLM, những sách viết về thành công của các doanh nhân thế giới, các câu chuyện thành công về các nhân vật nổi tiếng thế giới để tìm hiểu bí quyết thành công của họ và khích lệ bản thân.

Bước 4: Tham dự các buổi đào tạo, gặp gỡ, hội thảo, trao đổi với người đỡ đầu

Những cuộc gặp gỡ là một chất kết dính trong công việc của Bạn. Chúng giúp bạn phát triển những kỹ năng cần thiết và hỗ trợ cho việc xây dựng doanh nghiệp của Bạn. Bạn cũng nên thường xuyên gặp người đỡ đầu để trao đổi về kế hoạch phát triển của Bạn vì Bạn có thể tìm được sự trợ giúp và học hỏi được những kinh nghiệm đáng giá của một người đi trước Bạn.

Bước 5: Lên danh sách người quen.

Hãy lập danh sách người quen của Bạn. Đây là một trong những bước quan trọng và vì vậy Bạn đừng làm một cách nửa vời. Đừng "nghĩ hộ người khác" như: "Anh ta giàu lắm. Anh ta sẽ không quan tâm đâu", "Cô ấy chỉ thích bán hàng đơn thuần thôi, cô ấy không

"khoái" công việc này đâu"... Những định kiến tương tự sẽ làm mất rất nhiều cơ hội của Bạn.

Tạm thời Bạn cứ ghi hết tên, địa chỉ và điện thoại của những người mà Bạn biết ra một cuốn sổ. Trong một danh sách dài người quen của Bạn về sau này sẽ chỉ có 1-2 người sẽ trở thành nhà phân phối lớn, vài người thành nhà phân phối "nhàng nhàng" và vài chục người sẽ chỉ sử dụng sản phẩm thôi. Sau này thì Bạn sẽ biết người nào thật sự có khả năng, còn người nào không, nhưng kết cục thường không giống như Bạn nghĩ lúc đầu đâu.

Stt	Họ Tên	Điện Thoại	Nhu Cầu			Ghi chú
			Sức khỏe	Sắc đẹp	Việc làm, $	
1	Ông A	090..	Khớp			
2	Chị B	091..		Mụn,nám		
3	Bà C	095..	Tiểu đường			
..	....	....	....	....	....	
..	....	....	....	....	....	
100	Mai	090			Làm thêm	

Lưu ý:

Nên lập Danh sách ít nhất là 100 người.

Khi lập danh sách không nên quyết định thay cho bất cứ ai (nghĩ hộ người khác).

Khi lập danh sách nên dựa vào sổ điện thoại, card visit và các mối quan hệ khác

Cần phải viết ra vì "Một cây bút chì cùn còn nhọn hơn bất kỳ trí nhớ nào"

Nguồn khách hàng có thể từ:

• Bạn học: phổ thông, đại học.
• Bạn học lớp buổi tối: anh văn, vi tính, khiêu vũ.
• Những thầy cô giáo, huấn luyện viên của bạn
• Bạn cùng sinh hoạt CLB: thể thao, văn nghệ, hưu trí, bơi lội.
• Bạn đồng nghiệp trong công ty (cả cũ và mới)
• Những người cùng đi nghỉ mát, cùng sở thích
• Những người chủ quán ăn, cửa hàng bạn hay mua sắm
• Bạn thân, chiến hữu
• Bà con, họ hàng, người thân
• Hàng xóm
• Bạn bè, người quen của gia đình mình
• Bạn bè, đối tác, khách hàng trong quá trình làm việc...

Hàng ngày luôn cố gắng bổ sung vào danh sách những người bạn chợt nhớ ra hoặc mới làm quen, không nên lạm dụng trí nhớ bản thân.

Đừng mắc một sai lầm thường gặp là chỉ nghĩ đến khoảng 5-6 người mà bạn nghĩ là họ sẽ quan tâm và chấm hết. Như vậy Bạn sẽ nhanh chóng thất vọng khi nhận được vài lời từ chối.

Bước 6: Thảo luận với người đỡ đầu về danh sách của Bạn.(cực kỳ quan trọng).

Hãy thảo luận với người đỡ đầu về danh sách người quen của Bạn. Dù sao người đỡ đầu cũng có kinh nghiệm hơn Bạn về việc phân loại các ứng viên. Sau đó, hãy thống nhất chọn ra 1-2 người tin cậy và có năng lực nhất để tiếp cận trước.

Bước 7: Lên kế hoạch gặp gỡ với người đã được chọn.

Lên kế hoạch gặp gỡ để cung cấp thông tin về Sản phẩm và Cơ hội kinh doanh là một khâu quan trọng trong MLM, bởi MLM là công việc của gặp gỡ và giao tiếp. Hãy làm việc đó cùng với người đỡ đầu.

Để công việc có được hiệu quả cao, hãy lên kế hoạch sao cho có lợi nhất cho công việc. Bạn cần có 7-10 tiếng dành cho công việc mỗi tuần, song phải là 7-10 tiếng chỉ dành cho cộng việc mà thôi và đừng để những việc khác ảnh hưởng đến kế hoạch của Bạn. Hãy hợp tác chặt chẽ với người đỡ đầu để có thể sử dụng thời gian hợp lý nhất, đặc biệt là trong những tuần đầu.

Hãy tìm hiểu về thời gian tổ chức các hoạt động của công ty như gặp gỡ, hội thảo, các buổi họp năm... **Những sự kiện này có ý nghĩa rất quan trọng đối với thành công của Bạn, và Bạn cần phải biết để chuẩn bị kỹ lưỡng.**

Hãy bắt đầu từ những buổi gặp gỡ "một chọi một" trong khung cảnh gia đình, sau đó là các buổi gặp gỡ đông người hơn, cuối cùng là các buổi gặp gỡ với các nhánh khác của công ty. Bạn hãy nhớ nguyên tắc là buổi gặp gỡ sau phải lớn hơn và ấn tượng hơn buổi trước.

Bạn cần phải giới thiệu sản phẩm thường xuyên, nếu Bạn muốn doanh nghiệp của Bạn tăng trưởng. Bạn đừng nghĩ rằng chỉ cần đọc tài liệu, sách báo, đi hội thảo là Bạn đã phát triển doanh nghiệp rồi. Dĩ nhiên, điều đó cũng rất quan trọng, song chỉ đóng vai trò hỗ trợ. Công việc thực sự giúp cho mạng lưới của Bạn phát triển là giới thiệu sản phẩm và tìm những nhà phân phối mới.

Lúc đầu, người đỡ đầu sẽ giúp đỡ Bạn giới thiệu sản phẩm với người mới (gặp gỡ hai chọi một), song dần dà Bạn phải học cách tự mình làm việc đó.

Bước 8: Đăng ký thành viên mới

Trong trường hợp người được mời đồng ý tham gia, Bạn hãy giúp họ đăng ký. Việc đăng ký người mới có thể bắt đầu ngay sau khi bạn

được công ty cấp mã số hoạt động và hoàn thành một số chỉ tiêu ban đầu.

Bước 9: Giúp người mới nhanh chóng nắm bắt được bản chất của ngành MLM, cách thức để bắt đầu...

Bạn hãy giữ liên lạc thường xuyên với người mới bằng cách gửi các tài liệu, gặp gỡ với họ cùng với người đỡ đầu của mình để nắm được nhận thức của họ. Hãy gọi điện hàng tuần cho họ, gửi thiệp, liên lạc qua e-mail hoặc nhắn tin kịp thời khi có thông tin cần thiết và cố gắng giải đáp những thắc mắc của họ.

Bước 10: Đào tạo người mới, giúp họ phát triển thành viên mới.

Hãy thường xuyên giúp đỡ, đào tạo thành viên mới của Bạn. Hãy dạy cho họ cách phân loại các ứng viên, cách tiến hành các buổi gặp gỡ để giới thiệu sản phẩm và doanh nghiệp. Trong thời gian đầu, tốt nhất là Bạn hãy đích thân giúp họ tổ chức gặp gỡ và giới thiệu sản phẩm cho các ứng viên của họ để họ học hỏi. Hãy thực hiện mọi việc một cách đơn giản, sao cho họ có thể làm theo Bạn một cách dễ dàng.

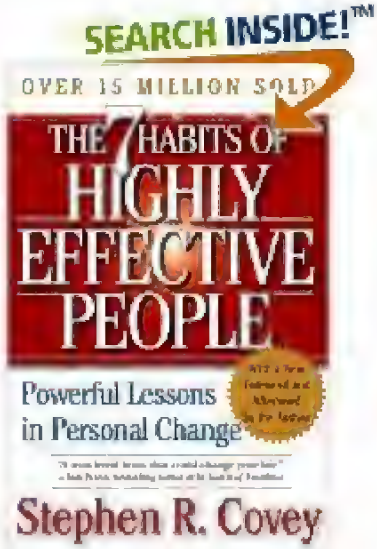
Hãy bỏ gấp đôi công sức để dạy các nhà phân phối của Bạn cách làm việc độc lập. Hãy gọi điện cho họ hàng ngày để hỏi xem họ có người mới chưa. Bạn phải thường xuyên khích lệ họ, vì họ không nhìn thấy toàn cảnh bằng Bạn. Hãy cho họ thấy những điển hình thành công khác trong công ty Bạn. Hãy động viên các thành viên trong mạng lưới hàng tháng qua việc công nhận những cố gắng của họ, tặng các phần thưởng cho những người có thành tích đặc biệt.

Bước 11: Tiếp tục tìm người mới.

Khi đã đào tạo xong một thành viên mới cách tuyển và đào tạo người mới là lúc Bạn có thể quay sang tuyển và đào tạo người mới khác. Doanh nghiệp của Bạn phải không ngừng phát triển, và Bạn phải nhớ rằng việc tuyển người là một trong những công việc cơ bản của Bạn.

Song song với các bước trên, Bạn cần phải không ngừng tự rèn luyện để phát triển con người và những kỹ năng cần thiết. Hãy đầu tư vào bản thân, bởi yếu tố con người là yếu tố hàng đầu quyết định thành công trong MLM. Đầu tiên Bạn sẽ cần đến kỹ năng tuyển dụng và đào tạo, sau đó sẽ đến cách quản lý thời gian và các kỹ năng tổ chức, và cuối cùng là những phẩm chất của một người thủ lĩnh, khả năng giao tiếp và hỗ trợ người khác. Các hình thức học tập như đọc sách, đi du lịch, v.v. cũng giúp Bạn nâng cao trình độ nhận thức chung.

Những Thói Quen Cần Thiết Khi Khởi Nghiệp Với MLM



MLM dựa trên nền tảng là các mối quan hệ giữa con người với con người. Bạn là người thế nào, cách Bạn suy nghĩ và xử sự ra sao ảnh hưởng trực tiếp đến các mối quan hệ và hiệu quả công việc của Bạn. Dưới đây, chúng tôi giới thiệu với Bạn các đức tính và thói quen cần thiết để thành đạt trong ngành MLM nói riêng và trong kinh doanh nói chung.

1. Suy Nghĩ Tích Cực

Để thành công trong MLM cần phải có suy nghĩ tích cực, hãy tin vào bản thân và tự nhủ rằng: nếu những người khác cũng thành công trong việc kinh doanh này thì Bạn cũng sẽ làm được.

Suy nghĩ tiêu cực sẽ không cho phép Bạn tiến lên phía trước. Doanh nghiệp của Bạn sẽ lụi dần khi gặp phải hoàn cảnh bất lợi đầu tiên và rốt cục là thất bại. Vì vậy, Bạn cần phải tập kiểm soát được quá trình suy nghĩ của mình và cắt đứt những suy nghĩ tiêu cực ngay khi chúng vừa xuất hiện trong đầu

Thành công chỉ đến khi Bạn không tránh né các khó khăn, mà chịu giải quyết các khó khăn và biết cách rút ra lợi ích cho mình từ bất kỳ một hoàn cảnh nào.

Tuy nhiên, hầu hết mọi người ban đầu đều thiếu tính cách này. Song thật may, đức tính này có thể rèn luyện được bằng nhiều cách. Bạn có thể nghiên cứu các cuốn sách dạy Bạn tư duy tích cực, nghe các cuốn băng kể về những người thành đạt và nhập tâm vào cuộc đời họ. Những tác phẩm kinh điển về lĩnh vực này có thể kể đến là "Quy luật thành công", "Hãy suy nghĩ và làm giàu" (Napoleon Hill), "Nhà MLM vĩ đại" (John Fogg), "Nhà giả kim thuật" (Paulo Coelo), "Doanh nhân vĩ đại nhất thế giới" (Og Mardino)... Khi Bạn bắt đầu suy nghĩ giống như những người thành đạt, tức là định hướng dương cho suy nghĩ của mình, thì Bạn cũng sẽ bắt đầu thành công (Xem thêm mục Thư viện).

2. Sẵn Sàng Học Tập

Bất kể con đường công danh trước đây của Bạn thành công đến mức nào, nếu muốn thành công trong MLM, Bạn phải sẵn sàng học tập. Hãy biết cách làm chủ lòng tự ái của mình. Bạn cần phải sẵn sàng bắt chước người đỡ đầu của Bạn và đừng cố "phát minh lại xe đạp". Hãy học tập ở chính người đỡ đầu của Bạn bởi họ đã trải qua, họ biết những phương pháp và chiến lược nào có tác dung trong MLM.

Công việc trong MLM về mặt kỹ thuật thì đơn giản hơn so với kinh doanh truyền thống nhưng đòi hỏi những cố gắng lớn hơn về ý chí. Bạn cần phải dựa vào Hệ thống và nghe theo lời chỉ dẫn của người đỡ đầu của Bạn, người đã nhận Bạn vào mạng lưới và nghiên cứu cơ sở của doanh nghiệp cho tới khi nắm vững.

Hãy tiếp xúc nhiều với các nhà phân phối thành công, thường xuyên hỏi họ về những việc họ đang làm và cách thức thực hiện.

Bạn hãy đầu tư vào lĩnh vực có hiệu suất cao nhất, mà cụ thể là hãy phát triển trí tuệ và tâm hồn mình. Hãy thường xuyên rèn luyện bản thân bằng cách bỏ chút thời gian mỗi ngày để đọc sách hoặc nghe cassette.

3. Nhiệt Tình

Bạn sẽ dễ dàng đạt được tất cả, nếu như Bạn chịu khó giúp những người khác đạt được điều họ muốn. Quy luật gieo trồng chính là con đường đúng đắn để đi tới thành công. Trong MLM, để có thu nhập lớn hơn, Bạn cần phải đầu tư nhiều thời gian, nỗ lực và tiền bạc cho mạng lưới của Bạn hơn.

Đừng quên các thành viên của Bạn và họ cũng sẽ không quên Bạn. Hãy để cho những nhà phân phối của Bạn hiểu rằng họ có thể trông cậy vào sự giúp đỡ của Bạn khi cần. Hãy quan tâm đến các thành viên của Bạn và giúp đỡ họ, bởi chính bằng cách đó, Bạn đang gieo mầm cho tương lai của mình.

Điều mà Bạn nhận được sẽ không chỉ là tiền bạc, mà còn là mạng lưới những người Bạn trung thành và những đồng nghiệp tin cậy.

4. Vững Vàng

Hãy sẵn sàng đối mặt với những tình huống xấu nhất. Bạn sẽ không tránh khỏi những mũi dùi chỉ trích. Các nhà phân phối ngành MLM vẫn cần phải tự vệ trước những lời nhạo báng của bạn bè và người thân trong gia đình. Nhiều người sẽ cười Bạn vào lúc mà Bạn tuyên bố với mọi người là Bạn tham gia vào công việc của một công ty MLM.

Napoleon Hill, tác giả cuốn best-seller "Suy nghĩ và làm giàu" từng nói: "Muốn khỏi bị phê bình chỉ có cách không là ai và không làm gì

cả. Từ bỏ hết mọi tham vọng của mình và bằng lòng với việc quét rác".

Khi người ta không tin Bạn, Bạn sẽ rất dễ rơi vào trạng thái tự hoài nghi mình. Tốt hơn cả là Bạn hãy tránh xa họ để chứng minh sự đúng đắn của mình.

5. **Lạc Quan**

Thành công trong MLM chỉ mỉm cười với những người rất lạc quan. Và sự lạc quan chỉ đến với Bạn khi Bạn tự hào một cách chân thành về công việc của Bạn. Sự lạc quan lớn lên từ niềm tin sâu sắc là sản phẩm của Bạn có giá trị, cần thiết và có ích cho mọi người. Bạn chỉ cần tự mình tin tưởng vào sản phẩm, tận hưởng tối đa niềm vui mà công việc kinh doanh mang lại cho Bạn để người khác cũng cảm thấy muốn tham gia cùng Bạn.

6. **Cần Cù**

Nếu Bạn muốn làm giàu nhanh chóng thì MLM không dành cho Bạn. Phần lớn những người muốn đạt được những thành công đáng kể trong MLM đều phải trải qua lao động và lao động.

7. **Kiên Trì**

Kiên trì là nhân tố quan trọng và cần thiết để thành công trong MLM. Tất cả những đức tính còn lại đều có thể có được hoặc học được theo thời gian.

Đừng xem tiếng "không" như câu trả lời cuối cùng và vội vã bi quan. Nếu Bạn không có được sự kiên trì để vượt qua khó khăn thì không có gì có thể giúp Bạn. Hãy nhắc lại đề nghị của mình với những cộng

sự tiềm năng ít nhất là 5 lần nữa vào các thời điểm khác nhau với những thông tin mới.

Bạn hãy nhớ rằng còn quá sớm để đầu hàng. Nhiều người đã phải trải qua vài năm cơ cực trước khi đạt được thành công trong MLM, nhưng rốt cục họ đã được đền đáp xứng đáng.

Khả năng tổ chức và phối hợp

Chủ nghĩa "anh hùng cá nhân" không có chỗ đứng trong MLM. Bạn phải biết phối hợp nhịp nhàng với cả hệ thống. Hãy cố gắng giao việc cho các thành viên để mỗi người đều cảm nhận được mình là người trong cuộc. Hãy chỉ tự làm những điều mà chỉ có Bạn mới làm được, và đừng quên thực hiện mọi việc một cách đơn giản theo chuẩn mực của Hệ thống để người đứng dưới dễ dàng làm theo Bạn.

Bên cạnh những đức tính nói trên, thói quen cũng là một phần cấu thành rất quan trọng trong cuộc sống và công việc của chúng ta. Những thói quen xấu sẽ huỷ hoại Bạn và làm Bạn mệt mỏi. Song nếu Bạn tạo được cho mình những thói quen tốt, chúng sẽ mang đến cho Bạn thêm sức mạnh, hỗ trợ cho những hành động và thành tựu của Bạn.

John Millton Fogg - một trong những tác giả nổi tiếng viết về MLM - đã đúc kết ra 8 thói quen cần thiết sau đây để có được thành công trong MLM:

Ghi các mục tiêu ra giấy và xem lại chúng hàng ngày

Những người thành công ở các lĩnh vực khác nhau trong cuộc sống không chỉ đơn thuần có mục tiêu, họ còn ghi chúng ra giấy và xem lại chúng mỗi ngày.

Mỗi mục tiêu được ghi ra giấy cụ thể hơn rất nhiều so với những ước mơ thường thoáng qua đầu Bạn. Chúng đập vào mắt Bạn hàng ngày, giúp Bạn tập trung và vượt qua những thời khắc khó khăn.

Khi Bạn biết mình muốn đi đâu thì chuyến đi sẽ trở thành một hành trình có mục đích. Đó chính là chìa khoá cho thành công của Bạn - một thành công mà Bạn thực sự muốn chứ không phải tình cờ hay may mắn.

8. Biết Lắng Nghe

Bạn có thấy là Bạn thường thấy những gì Bạn muốn nói quan trọng hơn những gì người đối thoại với Bạn nói? Và có phải Bạn thường bắt đầu câu chuyện với một danh sách dài những điều mà người khác phải hiểu và đồng ý với Bạn?

Nhiều người trong chúng ta vẫn chưa biết lắng nghe. Song biết lắng nghe chính là một yếu tố tạo nên thành công. Những người thành đạt khuyên rằng, nên bỏ 80% thời gian để lắng nghe, và chỉ 20% để nói, không phải ngẫu nhiên mà tạo hoá tạo ra mỗi chúng ta có một cái mồm nhưng có tới hai cái tai.

Bạn có thể tập luyện cho mình khả năng lắng nghe. Hãy thử chặn mình lại khi Bạn muốn đáp lại thay vì lắng nghe; hãy cố gắng tập trung vào những gì người khác nói, và đặt càng nhiều câu hỏi càng tốt. Kakhil Gibran đã từng nói rằng, một nhà giáo chân chính là người không dẫn chúng ta đến kho tàng kiến thức của người đó, mà hướng chúng ta đến kho báu của chính ta. Cho người ta thông tin là quan trọng vì điều đó làm người ta mạnh mẽ hơn. Song, giúp người ta nhận ra cái gì là đúng đối với họ chính là Bạn đang làm cho họ mạnh hơn gấp trăm lần.

9. Tập Trung Vào Hành Động Thay Vì Kết Quả

Mặc dù chúng ta thường được dạy rằng kết quả là trên hết, thực tế đã cho thấy: chỉ chú ý đến kết quả lại không hiệu quả. Thay vào đó, hãy tập trung vào hành động và để cho kết quả tự đến. Những hành động kiên trì thường xuyên mà mỗi hành động đều có thể hoàn thành, chính là nền tảng tạo nên kết quả. Chúng sẽ tạo ra quán tính cho cả một quá trình – đó chính là một sức mạnh lớn rất cần thiết để đạt được mục tiêu.

Chỉ tập trung vào kết quả thường làm người ta rơi vào cái bẫy "làm đúng" thay vì "làm tiếp". Và đó là mầm mống của thất bại. Hãy nhớ rằng Thomas Edison đã phải có 999 lần thử (hành động) mới tạo ra được bóng đèn (kết quả). Và giả sử ông quá phụ thuộc vào kết quả thì có thể chúng ta đến nay vẫn còn ngồi trong bóng tối!

10. Chỉ Nói Những Điều Làm Người Khác Thấy Vui Hơn

Trong cuộc sống của chúng ta, những lời phê bình và thái độ tiêu cực đã quá đủ. Người ta tính rằng cứ 3 lời nói tốt về một chuyện lại có đến 33 lời xiên xẹo. Khi nói những điều tốt về mọi người, về công ty hay về một hoàn cảnh nào đó, chính là Bạn đang tạo tiếng thơm cho lời nói của mình. Trong thế giới phần nhiều là tiêu cực của chúng ta, điều đó sẽ thu hút mọi người đến với Bạn như một thỏi nam châm.

Khi Bạn bị cuốn vào một câu chuyện không vui và tiêu cực, Bạn hãy để ý xem mình đang nói gì, hãy dừng lại và cố gắng đưa ra một nhận xét tích cực - nếu không thì hãy im lặng.

Cái tiếng của một người "tốt miệng" sẽ là cái vốn của Bạn và nó sẽ mang lại lợi nhuận vượt quá mong đợi của Bạn.

11. Có Trách Nhiệm Với Lời Hứa Của Mình

Những mô hình pyramid tài chính đã nhiều năm núp dưới bóng MLM, vì vậy nếu làm việc trong một công ty MLM nghiêm túc, Bạn cần phải không để người khác có cớ để chê trách Bạn.

Quan hệ con người trong MLM dựa trên nền tảng là lòng tin. Để có được lòng tin của người khác, Bạn cần phải có trách nhiệm với những hành động, lời nói của mình. Đừng bao giờ nói dối khách hàng và các nhà phân phối của Bạn. Và những gì Bạn đã hứa, Bạn nhất định phải làm. Thực hiện lời hứa của mình kịp thời vừa là tỏ ra có phong cách chuyên nghiệp, vừa tốt cho cả đôi bên – và đó là cách xử sự mà Bạn có thể làm mẫu cho các nhà phân phối của mình. Bạn hãy hình dung là mạng lưới của Bạn sẽ mạnh hơn bao nhiêu, nếu ai cũng thực hiện những gì họ nói?

Phần lớn những bức thư không gửi, những cú điện không gọi, những cuộc gặp lỡ được viện lý do "không có thời gian" hoặc "lỡ kế hoạch". Song thực tế thì do người ta thiếu trách nhiệm với những lời hứa của mình.

Giữ "chữ tín" - tự nó đã là một thói quen rất tốt. Tôn trọng lời nói và lời hứa của mình – chính là một bảo đảm cho thành công của Bạn.

12. Hạn Chế Thời Gian Gọi Điện Thoại

Đây là một quy tắc chung, kể cả đối với những cú điện thoại đặc biệt. Giới hạn thời gian đối với từng cú điện thoại làm tăng hiệu suất của Bạn và cũng giảm tiền điện thoại - một tình huống "nhất cử lưỡng tiện" cổ điển.

Các chuyên viên về giao tiếp cho biết, hơn 80% những gì chúng ta nói không có liên quan gì đến bản chất sự việc. Và nếu Bạn chỉ cần bớt đi 50% thời gian của mỗi cú điện thoại thì Bạn có thể thực hiện được gấp đôi số cuộc gọi. Những người bận rộn thường thích ngắn gọn và cụ thể. Điều này đã thành thói quen của họ.

Điện thoại có thể là một trong những công cụ lợi hại nhất trong công việc của Bạn – song chỉ trong trường hợp Bạn biết sử dụng nó một cách hiệu quả mà thôi.

13. Biết Nói "Không" Đúng Lúc

Tổ chức một công việc kinh doanh mạng có thể có khá nhiều phiền phức. Nhiều người có xu hướng ôm đồm quá nhiều trách nhiệm. Và vì vậy chúng ta nói "vâng" quá nhiều.

Bắt mình làm vừa lòng tất cả mọi người là điên rồ và không thể thực hiện được. Tập cho mình nói không vào lúc nào và với ai không phải là tự hạn chế mình. Đó là sự thể hiện một cách cứng rắn quan điểm về việc cần phải làm gì để đưa công việc kinh doanh của mình đến thành công một cách thành công nhất. Đó là còn chưa nói đến chuyện điều đó giúp các cộng sự của Bạn tự có trách nhiệm đối với thành công của mình.

Hãy đặt cho mình mục tiêu nói "không" 3 lần mỗi ngày. Song đừng làm điều đó một cách bừa bãi mà hãy chọn thời điểm và tình huống, khi mà "vâng" không mang lại lợi ích cho Bạn và công việc của Bạn. Hãy nói "không" khi điều đó quan trọng đối với tất cả những người bên cạnh Bạn.

14. Mỗi Lúc Chỉ Làm Một Việc

Sự tập trung cực kỳ quan trọng đối với thành công của Bạn. Nhiều người trong chúng ta cứ bị rối lên vì làm mấy việc cùng lúc: vừa ghi chép và tổ chức công việc, vừa nói điện thoại, tham gia mấy cuộc thương thảo cùng lúc, và những người làm việc tại nhà thì thường cứ rối lên giữa việc nhà và việc cơ quan.

"Cái gì cũng biết" trên thực tế lại là không có cái nào giỏi. Muốn thành công, quan trọng nhất là phải tập trung hoàn toàn vào công việc

Bạn đang làm. Nếu không, đó chỉ là lừa dối mình và người khác. Đầu tiên, tập trung nói chuyện cho xong với người ở đầu dây, sau đó, viết cho xong thời gian biểu của mình thì Bạn sẽ không phải điên đầu vì 2 việc một lúc và việc nào Bạn cũng giải quyết được một cách tốt nhất.

Nếu Bạn nhận thấy tay này Bạn đang bấm điện thoại cho ai đó, tay kia vẫn tiếp tục viết, hãy dừng lại, chọn một trong hai việc làm trước và sau đó mới làm đến việc kia. Lựa chọn chính là mấu chốt của vấn đề. Lựa chọn sẽ giúp Bạn giải phóng được nhận thức của

Bạn để có thể hoàn toàn tập trung vào hành động của mình.

Làm ẩu sẽ tiêu hao sức lực của Bạn, dẫn đến mệt mỏi và không năng suất. Hãy nhớ: đạt được những kết quả dự kiến mới là cái Bạn cần. Khả năng tập trung vào một việc Bạn chọn trong mỗi thời điểm sẽ tăng thêm số lượng những chiến thắng của Bạn mỗi ngày và giúp ích cho sự nghiệp của Bạn.

Nếu như Bạn chỉ quan tâm đến MLM đủ để có được một thu nhập không lớn khi làm thêm thì Bạn không cần phải có những đức tính phi thường như trên. Song nếu Bạn mơ ước làm chủ một gia tài đồ sộ, Bạn cần phải dám thay đổi mình và sẵn sàng đối mặt với thử thách.

Bài học cơ bản khi khởi nghiệp với MLM

Nắm vững những bài học dưới đây sẽ giúp cho Bạn làm việc hiệu quả nhất với ít công sức và thời gian bỏ ra nhất.

1. Sử dụng sản phẩm của công ty

Sử dụng sản phẩm là cách tốt nhất đánh giá chất lượng cũng như hiệu quả nó. Mặt khác khi sử dụng sản phẩm bạn sẽ có nhiều kinh nghiệm và tự tin hơn khi giới thiệu sản phẩm đó cho người khác. Bạn không nên mua sản phẩm của công ty cạnh tranh khi công ty bạn có sản phẩm tương tự, vì như vậy bạn đang đầu tư cho doanh nghiệp khác. Mặt khác khách hàng của bạn sẽ không tin tưởng bạn khi mà bản thân bạn giới thiệu cho họ một sản phẩm mà bạn chưa hề dùng.

2. *Giải thích Marketing Plan*

Một trong những việc quan trọng mà Bạn phải thực hiện là giới thiệu cho những người phân phối tiềm năng hiểu Sơ đồ chia hoa hồng của công ty Bạn. Bạn phải cho họ thấy, thu nhập trong MLM là thu nhập tăng theo cấp số nhân. Chỉ cần đỡ đầu cho 5 người, và mỗi người trong số đó lại đỡ đầu cho 5 người nữa và cứ tiếp tục như vậy, kết quả đến tầng thứ 5 đã có tổng cộng 780 người trong mạng lưới của Bạn. Bạn có thể chỉ cho họ thấy rằng, chỉ cần tăng số người được đỡ đầu trực tiếp ở hàng 1 thêm 1 người thì cách biệt của những con số tương ứng ở hàng dưới đã tăng lên rất nhiều.

3. *Không phát triển nhiều thành viên ở tầng một*

Bạn hãy nhớ rằng không nên tuyển chọn quá nhiều người cho tầng thứ nhất. Các nhà MLM kỳ cựu khuyên rằng chỉ nên cùng lúc làm việc trực tiếp với không quá 5 người thực sự quan tâm đến MLM. Kinh nghiệm cho thấy rằng, chúng ta không thể làm việc được với hơn 5 người cùng lúc một cách hiệu quả. Kể cả quân đội hay các tổ chức hành chính cũng vậy, ở tầng trên cùng, phần lớn bao giờ cũng chỉ có 5 đến 6 người.

Hãy làm việc với mỗi người mới thật sát để cho họ thấy là Bạn đang đỡ đầu họ. Đến một lúc nào đó, những người Bạn đỡ đầu sẽ không cần sự giúp đỡ của Bạn nữa và họ bắt đầu tự thành lập các mạng lưới của họ. Lúc đó, Bạn sẽ rảnh tay và có thể bắt đầu tìm người mới. Song hãy nhớ là chỉ trực tiếp làm việc với 5 người thôi, bởi lẽ nếu Bạn làm việc đến 130 người thì những người ban đầu, do không có sự quan tâm của Bạn, sẽ nản dần và rốt cuộc là rời bỏ công việc này.

Phải đào tạo để thành viên mới biết tuyển và đào tạo ra người giống mình. Giúp các thành viên phát triển theo chiều sâu.

Phần lớn mọi người (đặc biệt là các những nhà kinh doanh) hình dung việc đỡ đầu như là việc tạo ra một người giống mình. Song nếu Bạn muốn tạo ra một người thực sự giống mình thì Bạn cần phải đạt được độ sâu tối thiểu là 3 tầng. Tức là Bạn phải dạy 5 người đầu tiên

của Bạn cách đỡ đầu người khác, thay vì đi tìm thêm người mới để đỡ đầu.

Nếu Bạn DẠY được cho A cách đỡ đầu và A bắt đầu đỡ đầu B, thì lúc đó Bạn mới thật sự có một bản sao của mình. Hơn thế nữa, Bạn còn phải dạy cho A cách dạy cho B cách đỡ đầu. Như vậy, B sẽ biết cách đỡ đầu cho C hoặc một người nào đó khác nữa. Bấy giờ thì nếu Bạn có muốn rời họ ra để đi xây dựng nhóm khác thì nhóm này đã đủ lớn để hoạt động độc lập.

Phần lớn những người thành công trong kinh doanh mạng hầu như chưa từng có kinh nghiệm trong kinh doanh. Thậm chí nếu họ không phải là nhà giáo, thì họ cũng có kinh nghiệm dạy học.

Hãy tưởng tượng Bạn là người lái xe và doanh nghiệp của bạn như là chiếc xe. Khi Bạn đỡ đầu cho ai đó, tức là Bạn đã vào được số 1. Bạn cũng sẽ muốn để những người của Bạn cũng vào số và cho xe chạy được. Khi những người của Bạn vào được số 1, tức là đã đỡ đầu được cho một người mới, thì Bạn đã vào được số 2.

Hãy dạy cho người của Bạn cách dạy cho những người của họ để những người đó vào được số 1. Như vậy, khi người của Bạn vào được số 2, tức là Bạn đã lên được số 3. Khi những người ở hàng đầu của Bạn lên được số 3, tức là Bạn đã lên được số 4. Lẽ dĩ nhiên là Bạn cũng muốn để những người mà Bạn trực tiếp đỡ đầu lên được số 4. Vậy thì Bạn hãy giúp họ đưa những người dưới họ lên được số 3, như vậy họ sẽ lên được số 4 và Bạn thì lên được số 5. Xe chỉ chạy ở số cao nhất (số 5) thì mới có thể tới đích nhanh chóng được. Nếu cỗ xe doanh nghiệp của bạn chỉ chạy ở số thấp thì bạn không thể đi xa và đi nhanh được.

4. Xây dựng nền tảng vững chắc

Hãy hình dung việc xây dựng hệ thống cũng giống như là Bạn xây một căn nhà. Một ngôi nhà không có nền móng vững ăn sâu xuống tận lớp đất rắn chắc chắn sẽ đổ khi xây lên cao. Vì vậy, cần phải cho các nhà phân phối của Bạn hiểu tầm quan trọng của giai đoạn chuẩn bị xuất phát nếu muốn có được thành tích trong cuộc đua.

Nếu Bạn đỡ đầu cho một ai đó, hãy cho người đó hiểu rằng, những tuần đầu tiên sau khi gia nhập MLM mới chỉ là thời gian huấn luyện. Và chỉ tháng tiếp theo mới được coi là tháng bắt đầu làm việc. Như vậy, người đó sẽ có thời gian "khởi động" trước cuộc đua, sẽ xuất phát tốt và như vậy họ mới có thể có tốc độ cao trong cuộc đua.

Nếu trong thời gian đó, người đó vẫn chưa sẵn sàng thì hãy xem đó là thêm một tháng thực tập nữa. Đừng để cho họ nôn nóng vào việc trước khi họ được trang bị những kiến thức và kỹ năng cần thiết để sẵn sàng xuất phát.

Khi Bạn đã có được nền tảng vững chắc, Bạn đã có thể bắt đầu xây lên cao. Lúc này, công việc sẽ tiến triển rất nhanh.

5. Làm việc với người tích cực và nghiêm túc, không mất thời gian vào người không tích cực.

Hãy tưởng tượng những thành viên trong nhóm của Bạn như những con tàu. "Tàu chở vàng" là những người nghiêm túc, tư duy tích cực, muốn học hỏi và có trách nhiệm với công việc. Họ có mục tiêu rõ ràng và muốn đạt được chúng. Điểm khác biệt duy nhất giữa "TÀU CHỞ VÀNG" và "TÀU CHỞ BẠC" là tàu chở bạc mới gia nhập MLM và còn chưa đủ thời gian để hiểu và thực sự nghiêm túc với công việc.

Mỗi người khi gia nhập MLM đều là một chiếc tàu chở bạc. Họ sẽ biến thành "TÀU CHỞ VÀNG" hay sẽ thành "TÀU RỖNG", phụ thuộc vào việc Bạn sẽ thực hiện việc đỡ đầu họ ra sao.

"TÀU RỖNG" là những người gia nhập MLM đã lâu nhưng Bạn cứ phải thuyết phục họ hết lần này đến lần khác về tính khả thi của công việc. Họ luôn luôn nhìn thấy những yếu tố tiêu cực và rất dễ nhụt chí. Khi một con "TÀU RỖNG" đắm, nó rất dễ kéo theo Bạn xuống đáy biển.

Vì vậy, cần phải tránh xa những con "TÀU RỖNG" và cố gắng chỉ làm việc với các "TÀU CHỞ VÀNG" hoặc giúp các "TÀU CHỞ BẠC" biến thành "TÀU CHỞ VÀNG".

6. Mời người thứ 3

Nếu Bạn quen một người tên A, Bạn đừng hỏi thẳng người đó có muốn làm thêm không. Đó là vì nếu người đó có muốn kiếm thêm đi chăng nữa, người đó cũng muốn Bạn nghĩ rằng họ khá rủng rỉnh về tiền bạc. Và câu trả lời của người đó sẽ là KHÔNG.

Vì vậy, Bạn nên hỏi A xem người đó có biết ai đó đang muốn tìm việc làm thêm không. Nên nhớ là Bạn dùng ngôi thứ 3 – "ai đó" - để hỏi. Kinh nghiệm cho thấy, câu trả lời trong hầu hết trường hợp sẽ là: "Việc gì vậy?" Nguyên nhân là vì người muốn kiếm thêm mà họ biết không phải ai khác, mà là chính họ. Song họ muốn biết chi tiết hơn về công việc trước khi đưa ra quyết định.

Khi họ hỏi Bạn câu hỏi đó, Bạn có thể trả lời: "Anh/chị có biết gì về MLM không?"

Nếu họ trả lời là có, Bạn hãy hỏi tiếp xem họ biết những gì. Vậy là câu chuyện của Bạn và họ đã có đề tài chung là MLM. Nhớ nhấn mạnh những đặc tính và ưu điểm của MLM. Sau đó, Bạn hãy mời họ đến nhà nếu họ quan tâm. Hãy giới thiệu với họ chương trình kinh doanh mà Bạn đang tham gia và giải thích cho họ rằng cần phải có khoảng 1 tiếng đồng hồ mới có thể kể hết cho họ nghe.

Đừng cố "bắn" tin cho người mà Bạn muốn mời ngay giữa đường phố hoặc trên chỗ làm của họ. Nếu Bạn kể không đầy đủ, họ sẽ nhận được một mớ thông tin lộn xộn rối rắm và kết cục câu trả lời của họ sẽ chỉ là "KHÔNG".

Để chiến thắng nỗi e ngại bị từ chối, quan trọng là Bạn phải bắt mình mở lời với càng nhiều người càng tốt. Để làm được điều đó, Bạn hãy tưởng tượng là mình đang đứng ở bến cảng. Khi Bạn hỏi một người về việc họ có biết ai muốn kiếm thêm thu nhập không, chính là Bạn đã hạ thuỷ con tàu của Bạn. Sẽ chỉ có 2 phương án xảy ra: hoặc con tàu sẽ nổi, hoặc sẽ chìm. Nếu tàu chìm thì cũng có sao? Bạn vẫn

đứng trên bờ kia mà. Còn nếu con tàu nổi thì thật là tuyệt. Bạn hãy nhổ neo và giúp nó biến thành con "TÀU CHỞ VÀNG". Nếu họ trả lời Bạn: "tôi không biết", Bạn có thể trả lời: "Tuyệt lắm! Nếu Bạn tình cờ gặp một người như vậy thì bảo tôi nhé!" và đưa cho họ visit card của mình, vì như vậy là họ đã không từ chối Bạn.

7. Dành phần lớn thời gian cho các thành viên tầng dưới

Thời kỳ đầu, Bạn phải bỏ toàn bộ thời gian để đỡ đầu các thành viên của mình. Bạn sẽ hỏi: "Vậy có cần phải dành thời gian để học hay không, bởi những tuần đầu được coi là thời gian học hỏi cơ mà?" Bạn nói đúng. Nhưng Bạn hãy nhớ rằng: khi người đỡ đầu của Bạn đỡ đầu cho Bạn, tức là Bạn đang nhận được kiến thức và cơ hội làm một người đỡ đầu trong tương lai. Và khi người đó giúp Bạn đỡ đầu, đó cũng là một phần thời gian học tập của Bạn. Rất có thể, Bạn sẽ phải đỡ đầu cho hơn 5 người để tìm được 5 người thật sự muốn làm việc nghiêm túc.

Dần dần, thời gian dành cho việc đỡ đầu sẽ giảm đi. Khi Bạn đã tìm được đủ 5 người nghiêm túc, Bạn không cần phải bỏ thời gian để tìm thêm người. Hãy dành thời gian để dạy những người đó cách đỡ đầu cho những người mới của họ.

Khi người của Bạn đã phát triển nhóm của họ đến tầng 3 và tầng 4, họ đã không cần đến sự giúp đỡ của Bạn nữa. Lúc này, Bạn đã có thể bắt đầu đi tìm một người nghiêm túc khác để bắt đầu đỡ đầu thay vào chỗ họ.

Khi Bạn có 5 người cộng sự nghiêm túc, Bạn nên bỏ ra 95% để làm việc với họ, 2,5% để phục vụ giới khách hàng là Bạn bè của Bạn và 2,5% để gieo hạt giống cho tương lai.

Như vậy, khi cả 5 người của Bạn (hoặc hơn) đã trưởng thành và không cần Bạn phải "tưới tắm" và chăm sóc, Bạn có thể bắt đầu làm việc với "các hạt giống" mà Bạn đã gieo để giúp chúng lớn lên.

8. *Tổ chức truyền đạt thông tin cùng với người đỡ đầu (làm việc có đồng đội)*

Gặp gỡ hai chọi một – đó là vũ khí cơ bản trong MLM. Làm việc có đồng đội giúp cho hoạt động của Bạn được đơn giản hơn vì khi Bạn đưa người mới đến dự cuộc gặp với người đỡ đầu, người đỡ đầu sẽ tự làm hết mọi việc, trong khi Bạn chỉ cần quan sát và học hỏi. Không những thế, gặp gỡ còn là một chất nối kết và củng cố lòng tin cho những thành viên của mạng lưới.

Một cây củi chẳng làm nên trò trống gì. Nhưng 2 cây củi đã có thể tạo thành ngọn lửa. Nếu đặt 3 thanh củi vào với nhau thì ngọn lửa lớn sẽ bùng lên. Hãy hình dung là Bạn đang ngồi bên đống lửa. Nếu Bạn rút từng cây củi ra khỏi đống lửa đang cháy, đống lửa sẽ tắt. Nhưng nếu Bạn xếp chúng lại với nhau, lửa sẽ bùng lên trở lại.

Đối với con người cũng vậy. Hãy để ý xem, khi có mặt 2 người: Bạn và người đỡ đầu của Bạn, đã khác hẳn so với chỉ một mình Bạn. Rồi khi người thứ ba xuất hiện, hẳn là câu chuyện sẽ sôi nổi hẳn lên. Và khi có người thứ tư thì "lửa" đã thực sự bùng lên. Đó chính là "hiệu ứng đám đông". Bạn hãy sử dụng nguyên lý này: hãy tụ tập 1-2 người trong mạng lưới của Bạn cùng với người đỡ đầu để truyền đạt thông tin và động viên họ. Nếu Bạn đưa một anh chàng còn hoài nghi (một cây củi tươi) đến một cuộc họp mặt như vậy và kéo anh ta vào cuộc, anh ta cũng sẽ "khô" và "bén lửa" nhanh chóng.

9. *Kết hợp các dạng khích lệ*

Có 2 dạng khích lệ: "khích lệ từ trên xuống" và "khích lệ từ dưới lên". Tham gia hội thảo, làm việc với người đỡ đầu, đọc sách, họp nhóm, tham dự các sự kiện của công ty, mở rộng quan hệ... chính là các hình thức khác nhau của "khích lệ từ trên xuống", hay còn được gọi là "tắm nóng". Sau những tác động như vậy, Bạn sẽ vào việc hào hứng hơn.

Tuy nhiên, tác động kiểu "tắm nóng" không thể làm cho Bạn "sôi" được. Chỉ cần vài tuần hay vài tháng trôi qua, Bạn lại sẽ "nguội" ngay. Đó là chưa kể nếu Bạn chưa được trang bị kiến thức mà đã vội

đi nói chuyện với những người quen và gặp phải những người tiêu cực, bản thân Bạn cũng sẽ trở nên tiêu cực.

Chính vì vậy, Bạn cần được hâm nóng từ phía dưới, nghĩa là Bạn phải đào tạo người tầng dưới. Đây được gọi là dạng "khích lệ thường xuyên", hay "khích lệ từ dưới lên". Tốt nhất, Bạn hãy giúp những người của Bạn đỡ đầu cho những người dưới họ để họ cũng cùng được hâm nóng lên. Khi mỗi người ở tầng 2 của Bạn được hâm nóng, bản thân Bạn sẽ được hâm nóng lên gấp bội. Càng phát triển sâu xuống dưới, nhiệt huyết của Bạn càng tăng.

Bắt đầu doanh nghiệp MLM như thế nào?

Mọi người bắt đầu như thế nào thì bạn cũng bắt đầu như thế. Cụ thể là người chia sẻ với bạn kiến thức về sản phẩm và dịch vụ mà họ đang tự sử dụng. Cần nhấn mạnh rằng, bạn sẽ muốn tham gia kinh doanh này không phải sau khi xem chương trình quảng cáo trên ti vi hay nghe nói trên đài phát thanh trên đường đến cơ quan làm việc, mà là sau khi tiếp xúc với con người.

Sự mong muốn đó nảy sinh khi con người khám phá ra một cái gì đó thú vị, bổ ích và muốn chia sẻ cái thú vị, và bổ ích đó với với mọi người, đó là đặc tính của con người. Sau khi bạn được cung cấp đầy đủ thông tin cần thiết về MLM, bạn cần phải suy nghĩ xem bạn sẽ làm việc như thế nào.

Dù sao thì bạn cũng có thể mua sản phẩm chỉ do tò mò thôi. Nhưng nếu bạn bị hấp dẫn bởi chất lượng và giá cả sản phẩm bạn vừa mua thì bạn sẽ trở thành khách hàng thường xuyên. Ngoài ra, nếu bạn muốn, bạn có thể được người giới thiệu bạn với ngành kinh doanh này giúp đỡ. Như vậy bạn có thể giảm được giá khi mua sản phẩm và kiếm tiền bằng cách giới thiệu chúng với những bạn bè và người quen.

Hoặc có thể tiến thêm một bước nữa và tăng thu nhập cho mình bằng cách thu hút mọi người vào công việc và hướng dẫn họ cách xây dựng mạng lưới phân phối viên cho chính mình. Bạn có thể chỉ sử dụng sản phẩm có chất lượng cao, mà cũng có thể bắt tay vào xây

dựng mạng lưới của mình, trong bất kỳ trường hợp nào bạn cũng không bị thất bại. Bạn có tất cả các cơ hội. Bạn chỉ cần xác định, bạn muốn đạt được những gì.

TIỀN ÁN LỆ CỦA AMWAY

Ngành KDTM chịu ơn Amway: Không có phán quyết pháp lý nào lại có nhiều tác động đến ngành kinh doanh bán hàng trực tiếp hơn trường hợp án lệ của FTC với Amway (Amway bị kiện). Vào 1975, FTC buộc tội Amway được điều hành theo cơ cấu hình tháp ảo. Sau bốn năm kiện tụng, đến năm 1979, Amway thắng kiện.

Chánh án toà án tối cao đã phán quyết rằng chương trình KDTM của Amway là một cơ hội kinh doanh hợp pháp trái ngược với một sơ đồ hình tháp ảo.

Nếu như Amway thua, lịch sử KDTM kể từ sau 1979 đến nay có thể đã không tồn tại. Chiến thắng của Amway đã mở đường cho hàng trăm công ty KDTM tiến theo sau. Quyết định này có vai trò quan trọng đến nỗi: FTC trong suốt 20 năm sau chỉ nhắm bắn vào những động thái "dễ lầm lẫn" của các công ty KDTM chẳng hạn như những khiếu nại về sơ đồ lợi tức hoặc y học hơn là tấn công vào "cơ cấu" của chương trình KDTM. Ngành KDTM thật sự đã nợ Amway ơn sâu.

Những vụ kiện" Hình tháp ảo "

KDTM/kinh doanh đa cấp/bán hàng trực tiếp vẫn tiến theo lộ trình an toàn và hợp pháp cho đến khi những hình tháp ảo xuất hiện và sinh sôi nảy nở trong bối cảnh thập niên 70. Một chương trình có tên gọi "Dare to be great" được Glen W.Turner quảng bá rộng rãi là ví dụ. Như những sơ đồ hình tháp ảo khác, "mặt hàng" duy nhất được phân phối thông qua chương trình này là tiền.

Không có những hàng hóa hoặc dịch vụ hữu hình nào được bán với mức giá phải chăng của thị trường kèm theo những hoạt động tuyển mộ. Thực tế tại mỗi bang đều đã có những công dân bị chương trình này cùng những chương trình khác tác động mà đa số cơ quan chính quyền đều thống nhất chúng thực chất là những sơ đồ "treo cổ". FTC đã thiết lập những nguyên tắc chỉ đạo điều chỉnh những sơ đồ hình tháp ảo và dây chuyền điều hành bất hợp pháp khác từ rất sớm: trong vụ kiện công ty Koscot Interplanetary Inc (1975), FTC công kích mạnh mẽ :

* Những chi phí tham gia Lớn,

* Áp đặt tích luỹ và mua hàng dự trữ

* Những chương trình trong đó những nhà phân phối bị lầm đường lạc lối vào những ma trận hoa hồng lớn mà họ tin rằng có thể kiếm được

* Những chương trình trong đó hoa hồng không được tính dựa vào doanh số của việc bán sản phẩm tới những người tiêu dùng cuối cùng.

Uỷ ban an ninh về chi trả hoa hồng(SEC) cũng can thiệp vào toàn cục của "Dare to be Great" chứng minh rằng những quy chế an toàn cũng cần áp dụng vào ngành KDTM. Trong vụ kiện giữa SEC và Glen W Turner Inc., (1973) Toà phúc thẩm Ninth Circiut, Mỹ tái khẳng định rằng những động thái an ninh là "được thiết lập để bảo vệ công chúng Mỹ khỏi của những kẻ chủ mưu thiết lập sơ đồ mưu đồ gian lận".

Chương trình "Dare to be great" được xem như một "Hợp đồng đầu tư " được kiểm soát bởi những chế luật về an toàn cho người tiêu dùng và vì vậy nó nằm trong sự điều chỉnh của SEC. Đây là một án lệ thiết lập sự phân biệt giữa "những sơ đồ gian lận hoặc thiếu minh bạch" và những hoạt động bán hàng trực tiếp hợp pháp. Vụ việc này cũng góp phần xác lập vai trò của SEC trong việc ủng hộ quyền lợi của những công ty hợp pháp và đồng thời có quyền truy tố những kẻ phạm tội.

The Koscot, Dare To Be Great và những trường hợp hình tháp ảo khác đã để lại vị chua trong miệng công chúng Mỹ. Những án quyết trong suốt đầu thập niên 70 là nốt lặng trong lịch sử hợp pháp của ngành KDTM. Kết quả của những động thái này phần nào cho thấy, ngành KDTM đã bị thiệt thòi do thiên kiến của những quan chức chính quyền. Những nhà lập pháp và những thẩm phán của bang nói chung thường tự dành cho họ cái quyền loại trừ tất cả các hình thức hoạt động bán hàng trực tiếp với mục đích cố gắng không chừa đường thoát cho những sơ đồ hình tháp bất hợp pháp hoặc những kẻ bán hàng bất lương nhằm đảm bảo khuôn khổ điều hành của Bang.

Thực tế các bang đều thông qua những quy chế về "hình tháp ảo" mà, không may, thường là mập mờ và không rõ ràng đến mức trở nên cưỡng chế chuyên quyền và bất nhất. Chính ngành KDTM cũng bị ảnh hưởng bởi việc áp dụng kết hợp những đạo luật về cơ hội kinh doanh, những quy chế an ninh nhượng quyền, về xổ số, và những quy

chế ưu tiên cũng như chính sách cưỡng chế do Cục Bưu chính Mỹ thông qua trong luật xổ số và luật chống gian lận của nó.

Quy tắc bảo vệ của Amway

Việc FTC truy tố Amway vào giữa thập niên 70 tưởng như đã là chiếc hòm tẩm liệm toàn bộ KDTM/ Kinh doanh đa cấp / công nghiệp bán hàng trực tiếp. Trong vụ Amway, vào năm 1979, FTC đã cố buộc Amway là một sơ đồ hình tháp ảo và, vì thế, theo quy định trong luật bảo vệ người tiêu dùng của FTC thì đó là một doanh nghiệp bất chính và lừa bịp.

Vụ kiện này đã kéo dài trong nhiều năm. Amway cuối cùng cũng thắng kiện, và trong quyết định của toà án 1979 phán quyết rằng phương pháp tiếp thị của nó là một cơ hội kinh doanh hợp pháp. Quyết định này sau đó trở thành "Quy tắc an toàn Amway", mà hiện nay là một trong những tiêu chuẩn pháp lý quan trọng nhất mà những toà án và các cơ quan hành pháp xác định là cơ sở hợp pháp cho một doanh nghiệp KDTM/Kinh doanh đa cấp/bán hàng trực tiếp.

Trong quyết định của Toà án tối cao, hoạt động kinh doanh của Amway được chỉ ra ba đặc tính tốt :

1.Amway yêu cầu các nhà phân phối của nó tiến hành bán lẻ, theo chính sách "Mười chính sách khách hàng bán lẻ" nằm trong hợp đồng mà những nhà phân phối ký xin tham gia. Quy tắc này yêu cầu rằng những nhà phân phối phải có doanh số bán lẻ 10 mặt hàng mới đượcc xem là đủ tiêu chuẩn để nhận những khoản hoa hồng và tiền thưởng đối với doanh số/ lợi tức đươợc làm ra từ nhà phân phối khác trong mạng lưới kinh doanh của họ.

2.Amway yêu cầu các nhà phân phối của nó phải bán được tối thiểu 70% sản phẩm được mua trong đơn đặt hàng cũ trước khi đặt mua hàng mới. (quy định của Amway cho thấy yêu cầu "việc sử dụng của cá nhân" trong mục đích của quy tắc 70%)

3.Amway có một chính sách" trả lại hàng" công khai cho những hàng hoá không bán hoặc không xuất kho được. Chính sách này cho phép những giới hạn hợp lý, bao gồm cả một khoản thời gian nhất định tối đa kể từ khi nhà phân phối mua hàng từ công ty và hàng hoá đó hiện thời vẫn còn trong danh sách công ty cung cấp cho khách hàng. N cũng quy định một chi phí "tái nhập kho" tối thiểu. Những chính sách về việc "trả lại hàng" đặc biệt quan trọng trong việc bảo vệ của họ cho những nhà phân phối quyết định chấm dứt hợp đồng với một công ty, và không muốn bị "kẹt" với hàng tồn không bán đươợc.

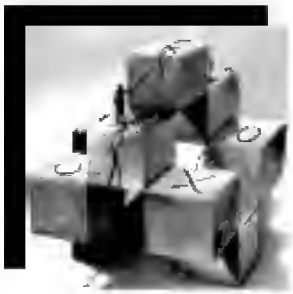
Thông qua việc tuân theo ba tiêu chuẩn này, những công ty KDTM và bán hàng trực tiếp mang theo cho mình "chiếc ô bảo hộ hợp pháp ". "Quy tắc an toàn Amway" đã được trích dẫn thành công nhiều lần sau đó kể từ năm 1979 làm rào chắn bảo vệ của những công ty hoạt động hợp pháp.

Vụ kiện Amway vẫn còn là án lệ

Hơn hai thập niên sau, quyết định Amway vẫn được trích dẫn trong mỗi trường hợp thực tế của liên bang hoặc mỗi bang khi có liên quan đến một công ty KDTM. Mặc dù sự căng thẳng sẽ luôn luôn tồn tại giữa ngành kinh doanh và chính phủ qua định nghĩa thế nào là "doanh số bán lẻ" chẳng hạn như: dùng cho nhà phân phối hay dùng cho cá nhân không tham gia… Những quy tắc bảo vệ của Amway vẫn tiếp tục là "chuẩn mực vàng" trong việc đánh giá sự khác nhau giữa KDTM hợp pháp và những hình tháp bất hợp pháp.

Phải chăng KDTM là lừa đảo?

Michael L. Sheffield



Hỏi : Vài người bạn liên tục thuyết phục tôi chấp nhận cho họ bảo trợ tham gia vào KDTM, một hình thức có vẻ như là một dạng trò bạc bịp hoặc hình tháp ảo.

Một số người khác thì nói rằng KDTM là bất hợp pháp và tôi sẽ dây vào rắc rối. Làm thế nào để tôi biết được đâu là hợp pháp và chân chính?

Đáp : Để giúp bạn hiểu rõ KDTM là gì, trước hết tôi giải thích những gì không đúng là KDTM.

Trước hết, KDTM không phải là một sơ đồ hình tháp ảo. Hình tháp ảo là chương trình tương tự như một dây chuyền mà người ta đầu tư tiền bạc vào lời hứa hão rằng những người khác tham gia sau họ sẽ mang tiền đến và cứ như thế khiến họ trở nên giàu có. Một hình tháp ảo rõ ràng là trò bạc bịp và không có cơ sở giao dịch thực tế. Thông thường, hình thức này sẽ không hề có sản phẩm, mà chỉ là tiền trao tay. Các hình tháp ảo hiện đại ngày nay có thể có sản phẩm, song chúng chẳng qua chỉ là để nguỵ trang cho trò bạc bịp này.

KDTM là dạng kinh doanh hợp pháp.

Thứ nhất, nó được dựa trên cơ sở cung cấp những sản phẩm thiết thực, hợp pháp phục vụ nhu cầu và mong muốn của người tiêu dùng với giá cả phải chăng. Tuy rằng có một vài người làm được khá nhiều tiền thông qua mạng lưới kinh doanh đa cấp, nhưng lợi tức tài chính của họ chủ yếu là thành quả của công sức đầu tư xây dựng mạng lưới bán hàng và cung cấp dịch vụ thực tế.

Hình tháp ảo bất hợp pháp và thường dựa vào việc lợi dụng người khác. Để một người thật sự kiếm được tiền trong hình tháp ảo thì những người khác phải mất tiền. Nhưng trong KDTM, mỗi người có thể nhân bội số lên công sức, kỹ năng và năng khiếu của mình bằng

cách giúp cho những người khác thành công. KDTM đã chứng minh nó là một phần của nền kinh tế mới và là phương thức kinh doanh có nhiều ưu thế được ưa chuộng trên khắp thế giới. KDTM không phải là lợi dụng bạn bè và người thân của bạn. Chỉ cách đây vài năm, KDTM có nghĩa là bán lẻ và nhận bảo trợ cho những người từ "danh sách người quen" là đối tượng tiềm năng của bạn. Mặc dù việc chia sẽ sản phẩm hoặc dịch vụ cũng như cơ hội cho những người bạn quen biết thì vẫn còn là nền tảng của ngành KD này, nhưng ngày nay chúng ta đã thấy có nhiều người sử dụng công nghệ kinh doanh tiên tiến như Internet, điện đàm hội nghị, và các công nghệ bảo trợ từ xa để mở rộng mạng lưới của họ ra khắp cả nước

Thứ hai, KDTM không phải là một mô hình làm giàu nhanh chóng. Tuy có vài người có thể kiếm được tiền rất nhanh. Nhiều người khác nói rằng những người đó gặp may. Nhưng để thành công trong KDTM thì không dựa vào may mắn. Đáng tiếc là, tiền bạc không thể tự mọc cánh và bay vào trong tài khoản ngân hàng của bạn dù cho ai đó có hứa hẹn với bạn điều đó đi chăng nữa.Thành công trong KDTM phụ thuộc vào những nguyên tắc rất cơ bản song lại khá tích cực.

Thứ ba, Chúng ta sẽ bàn tiếp về KDTM là gì.

KDTM là một ngành KD nghiêm túc của những người nghiêm túc. Nó là một hệ thống chân chính và minh bạch trong đó việc thiết lập, kiến tạo và đầu tư tiền bạc cho đội ngũ lãnh đạo đã trở thành đường tiến đến thành công cho bạn .

Chỉ tuân theo hệ thống đơn giản, minh bạch và theo cấp số nhân mà công ty chân chính đưa ra.

Yếu tố then chốt là: KDTM thực chất chính là tìm kiếm sức bật đòn bẩy. Bạn có thể tạo sức bật thời gian và tăng số giờ nỗ lực bỏ ra để bảo trợ người khác và kiếm được một phần thu nhập nhỏ từ công sức của họ.

J. Paul Getty, Người tạo ra một trong những khối của cải lớn nhất thế giới, đã nói rằng: "kiếm tiền từ được 1 % công sức của 100 người khác thì còn hơn là 100% công sức của chính mình" Khái niệm rất cơ bản này là bí kíp của KDTM.

Chẳng hạn, phần lớn những người thành công trong KDTM đều làm xem đây là phương pháp làm việc của họ.

Mỗi tuần họ làm việc vài giờ, mỗi giờ được xem như là công sức bỏ ra để phục vụ việc xây dựng và phát triển doanh nghiệp lâu dài của mình. Đó là khi họ bảo trợ cho những người khác và đào tạo những người này cách bán hàng và rồi lại bảo trợ cho những người khác sao chép hệt quy trình trên. Bằng cách giúp đỡ những người khác, bạn sẽ trực tiếp bảo trợ những nhà bảo trợ tương lai, nhân thành nhiều bản sao khác của bạn. Khi tiến trình này tiếp tục, bạn tạo ra sự tăng trưởng bội số có thể dẫn hàng trăm người đến với doanh nghiệp của bạn. Bạn tạo sức bật cho thời gian của mình bằng cách giúp những người khác trở nên thành công và kiếm được thu nhập từ tất cả những nỗ lực của họ.

Với KDTM, không yêu cầu phải có vốn lớn, không bị giới hạn về địa lý, không có mức thu nhập tối thiểu, và không cần bạn phải có trình độ hoặc kỹ năng đặc biệt nào. KDTM là một doanh nghiệp có mức chi phí khởi nghiệp thấp, làm việc tại gia thực sự có nhiều ưu đãi về thuế liên quan đến việc sỡ hữu doanh nghiệp của họ.

KDTM là một doanh nghiệp giữa người và người có thể mở rộng đáng kể vòng tròn bè bạn cuả chúng ta.

Chính đây là ngành kinh doanh cho bạn có điều kiện đi du lịch và giải trí cũng như tận hưởng cuộc sống từ nguồn thu nhập thặng dư kiếm được.

Những câu hỏi phổ biến về trả thưởng trong KDTM

1. **Người ta nhận được thu nhập từ những công ty KDTM như thế nào?**

Những kế hoạch trả thưởng của mỗi công ty KDTM mỗi khác nhau, nhưng mức hoa hồng tiêu biểu hoặc số dư (khoản chiết khấu từ giá bán) cho nhà phân phối thường phụ thuộc vào tổng lượng tiêu thụ của họ và cấp vị mà họ đạt được trong cơ cấu kế hoạch trả thưởng.

Trong một số công ty, nhà phân phối kiếm được hoa hồng từ doanh số của riêng họ (theo lời họ thường là 20%) và một khoản hoa hồng nhỏ hơn trên bất kỳ doanh số nào do những người ở bên dưới nhà phân phối đó bán được. Họ có thể nhận được 7% cho doanh số bán được của những người do họ trực tiếp tuyển mộ (cấp 1) hoặc 5% từ doanh số những tân binh của tân binh 1(cấp 2), và cứ tiếp tục như thế.

Như vậy nếu một người tầng 3 bán được 50USD, cô sẽ được nhận 10USD hoa hồng trên doanh số đó, người trực tiếp bên trên (nhà phân phối cấp 2 trong dây chuyền phân phối và trực tiếp tuyển mộ cô) được nhận 3.5 USD hoa hồng trên doanh số đó, và người ở đỉnh mạng lưới (nhà phân phối cấp 1) được nhận 2.5 USD

2. **Có giới hạn cho việc mạng lưới dowline có thể có lớn đến đâu không?**

Đúng thế. Mỗi công ty KDTM đều có những quy tắc khác nhau về việc nhà phân phối được thanh toán với chiều sâu của bao nhiêu cấp. Một số công ty thường khoá số cấp của lương tiêu thu. Một số công ty khác lai đặt quy đinh số cấp theo những cách khác.

Ngoài ra nhiều công ty KDTM đã lập ra một số loại thủ tục (thông thường dựa vào lượng tiêu thụ) để cho họ có thể tách mạng lưới hoặc nối tiếp. Nói cách khác, chia ra nhánh mới từ dây chuyền phân phối bố mẹ và trở thành người điều hành mạng lưới mới.

3. **Được trả tiền mà không phải làm gì thì nghe có vẻ hay thật, đúng thế không?**

_Về lý thuyết, nhà phân phối đứng đầu mạng lưới đó cũng đang bán sản phẩm cũng như có hoa hồng Downline của anh hoặc cô ấy. Họ phải chịu trách nhiệm về việc mở các khoá huấn luyện và những dịch vụ hỗ trợ cho downline.

Tuy nhiên, mọi việc trong thực tế không phải lúc nào cũng diễn ra như vậy. Trong vài tổ chức KDTM những tân binh mới bị lôi kéo vào tham gia (và mua những sản phẩm hoặc hàng mẫu) với lời hứa hẹn sẽ tìm được sự độc lập tài chính và giàu có. Tất cả những gì họ sẽ phải làm để trở nên an toàn về mặt tài chính, như người ta chỉ bảo cho họ, là thực hiện một kế hoạch tiếp thị chỉ cốt không làm gì ngoài việc tuyển mộ những người khác cũng vào để làm cái việc gọi là kế hoạch tiếp thị đầy ma mãnh ấy.

Steve Bretzke, Một nhà phân phối của Watkins, một công ty KDTM chuyên bán những sản phẩm chăm sóc cá nhân và vật dụng gia đình, kể rằng một số nhà phân phối ở vài những công ty KDTM hứa hẹn

với người ta rằng họ sẽ sớm kiếm được hàng nghìn đô la một tháng trong doanh nghiệp KDTM của họ. Với chi phí để tham gia thông thường dưới 100 USD, Bretzke nói, " Nhiều người tham gia trước khi họ có bất kỳ ý tưởng nào về việc nên làm gì để thành công. Vì thế bạn sẽ thấy rất nhiều người bỏ cuộc "

Trước khi bỏ cuộc, một vài tân binh mới nhận ra họ đã vứt hàng trăm hoặc hàng nghìn đô la vào trong doanh nghiệp, tiêu hết tiền vào những thứ như sản phẩm mẫu họ mua để tự sử dụng, nộp các khoản chi phí, những chi phí đi lại, tài liệu quảng cáo hoặc catalogue họ bỏ ra để đầu tư cho lý tưởng, và những băng đĩa và những quyển sách quảng cáo.

4. Bất cứ ai cũng đều có thể kiếm tiền trong KDTM?

Đúng thế

Gần như mọi công nghiệp hoặc doanh nghiệp khác số tiền mà có thể kiếm được thường cân đối với công sức, thời gian, sự bó buộc, và việc đặt kế hoạch mất đi cho việc xây dựng doanh nghiệp. Richard Suter, Một chuyên gia chuyên hướng dẫn cho những người mới khởi nghiệp kinh doanh và đã từng làm việc với nhiều tổ chức KDTM nói " Nhà phân phối lý tưởng là người nào đó có tầm nhìn xa và có vốn để theo đuổi nó" Họ cần có kinh nghiệm bán hàng. Giải quyết và chiến thắng những ý kiến phản đối là một trong số những vấn đề trong quá trình bán hàng.

Bretzke là người gặp thất bại trong năm đầu tiên tham gia KDTM cũng đồng tình rằng tầm nìn xa là quan trọng. Anh nói những nhà phân phối mất khoảng một năm để làm việc từ 10 đến 15 giờ mỗi tuần để có thể có được một thu nhập 1,000/ tháng. Nơi tiền bạc có thực, theo lời anh, chính là trong thu nhập thặng dư, thì phải mất từ 3 đến 5 năm làm việc cật lực để gây dựng.

5. kế hoạch trả thưởng là gì?

Kế hoạch trả thưởng là cơ chế để trả tiền cho bạn. Nó sẽ nói cho bạn mức tiêu thụ bạn cần phân phối được để được trả thưởng, bạn được trả thưởng sâu bao nhiêu cấp, và dưới những tiêu chí nào bạn sẽ có đủ tiêu chuẩn được nhận tiền thưởng.

Những kế hoạch tiêu biểu có tên gọi như kế hoạch breakaway, unilevel, và Ma trận. Cũng có kế hoạch " lai " kết hợp một hoặc nhiều những cấu trúc kế hoạch cơ bản. Những kiểu kế hoạch khác nhau được bàn luận khá chi tiết trong việc cuốn learning by doing của Gary Molatore.

6. Kế hoạch trả thưởng kiểu nào thì tốt hơn?

"Nhiều người trong KDTM cảm thấy rằng cho dù công ty của họ sử dụng kế hoạch nào thì cũng là kiểu tốt nhất, và kế hoạch đó có thể chấp nhận được, theo như lời Eldon Bearch, nhà phân phối của Watkins. "Một số kế hoạch được thiết kế để trả một phần trăm cao hơn với tiền thưởng cao hơn doanh số cá nhân và hoa hồng cho 3 mức đầu tiên.

Số khác thì lại được xây dựng trả bên nhiều hơn cho nhiều mức sâu hơn, và một số thì dàn trải mức tiền thưởng khá tương đương cho tất cả mọi cấp của kế hoạch

Bất chấp kiểu kế hoạch là thế nào, điều cốt yếu cần nhớ là bạn có thể kiếm tiền với tất cả các kế hoạch hợp pháp. Sản phẩm, và nỗ lực của bạn, là yếu tố then chốt. Những sản phẩm tốt, với một mức giá thị trường phải chăng, là những gì đủ cho bạn có thể điều khiển bất kỳ kế hoạch trả thưởng nào, " Anh ta nói thêm.

Hãy quên đi lý thuyết bão hoà

Jeffrey Babener

Một trong những lời chỉ trích thường xuyên đối với kinh doanh theo mạng là lý thuyết bão hòa. Theo giả thuyết này, mỗi cơ hội kinh doanh theo mạng cuối cùng sẽ đi đến kết cục chấm hết khi những nhà phân phối không còn có thể bán hàng hoặc tuyển mộ được nhà phân phối nữa. Tuy vậy, trên thực tế giả thuyết này thật ra không có thật.

Sau ít nhất ba thập niên tuyển mộ tối đa, ngay cả những công ty kinh doanh theo mạng lớn nhất vẫn còn tìm thấy vô số nhà phân phối và khách hàng. Chỉ cần xem qua những công ty như Amway Và Avon, cả hai đều có doanh số hơn 3 tỉ/ năm.

Thành công của những công ty kinh doanh theo mạng khác đang nối gót theo sau những công ty nói trên và mỗi ngày một thịnh vượng hơn. Thậm chí cho đến ngày hôm nay đã có 5 đến 10 triệu người là nhà phân phối tại Mỹ, một quốc gia có dân số hơn 250 triệu người. Và phần còn lại của thế giới thì đang được các nhà kinh doanh theo mạng nỗ lực tiếp cận đến. Sự tăng trưởng toàn cầu đang tiếp tục diễn ra với một tốc độ gia tăng nhanh chóng về doanh số hơn 50 tỉ, dù chỉ 14 triệu người có liên quan đến ngành kinh doanh theo mạng trong một thế giới với 5 tỉ người.

Vài năm trước đây, lý thuyết bão hòa bị được đề cập đến trong một trường hợp tranh chấp pháp lý nổi tiếng có liên quan đến một công ty có tên Go-Re-Mar. Chương trình của công ty này bị lên án là sơ đồ hình tháp ảo với lời cáo buộc rằng chính sách bán hàng của nó cuối cùng không có chỗ cho những tân binh mới. Nhưng, theo như kết luận của toà, sự việc trong thực tế không xảy ra như vậy. Thay vào đó, toà phúc thẩm Hoa Kỳ, tuy đã thêm thắt những chi tiết khôi hài trong quan điểm của họ về công ty bán hàng lừa bịp này, cũng đã làm sáng tỏ về vấn đề trên:

'Bằng chứng duy nhất ủng hộ cho FTC là kế hoạch vốn không công bằng và lừa bịp trong các công thức toán học, cho thấy rằng nếu như mỗi người tham gia vào kế hoạch kinh doanh này tuyển mộ 5 người mới mỗi tháng và mỗi người trong các tân binh đó lại tuyển thêm 5 người vào tháng tiếp theo, và nếu tiến trình này cứ được cho phép tiếp diễn, chỉ sau 12 tháng số lượng người tham gia sẽ vượt hơn 244 triệu, bao gồm cả toàn bộ nhân sự của FTC"

"Toà kết luận rằng vấn đề này, trên thực tế, là giấc mơ không thể đạt được và tiếng hát êm ái đó của Symbra ' Ette phải được làm lắng đi. Chúng ta không tìm thấy có sự bất thường nào trong toán học hoặc phép ngoại suy và đồng ý rằng viễn cảnh một phần tư tỉ người bán áo ngực và thắt lưng không những là không thể đạt được mà còn chỉ nghĩ đến thôi cũng đã quá sức khủng khiếp, đặc biệt khi đó vượt quá dân số của một quốc gia, mà chỉ có một nửa số người trong đó có hy vọng là những khách hàng tương lai của đồ lót. Tuy nhiên, chúng ta sống trong một thế giới thực và không phải là vùng đất của tưởng tượng."

Như những số liệu trong bản tuyên cáo, sự thật là Symbra' Ette, được khởi sự kinh doanh vào 1963,vẫn không đạt đến đỉnh về số lượng phân phối viên dù cho đến năm 1972 nó đã được thu hút 3,635 nhà phân phối. Bản tuyên cáo không chỉ ra việc phân phối theo địa lý của những nhà cung cấp nào. Và chúng ta không thấy có bất kỳ nghiên cứu hoặc phân tích nào trong bản tuyên cáo chứng minh hiện thực rằng một sự bão hòa nào đó tồn tại khiến cho những nhà phân phối mới gia nhập vào cũng như việc tuyển mộ của những người khác không thể đạt được trong thực tế. Tuy toà án không cần phải chứng minh sự lừa gạt của công ty với bằng chứng của những doanh nhân thất bại, người ta đã gần như thất bại trong việc chứng minh một lời khuyến cáo vốn còn tiềm ẩn. Không phải cả nước Mỹ ai cũng đều quan tâm đến vấn đề này và không phải tất cả đều bị thu hút vào những gì sẽ tiếp diễn.

Thật ra, miễn là khi nào có một thị trường cho một sản phẩm, thì sẽ có những cơ hội mới cho những nhà phân phối. Chẳng hạn, trong

khoảng thời gian 10 năm Amway phát triển cả thị trường mới cho những sản phẩm của nó xâm nhập vào thị trường Nhật Bản, bỏ túi doanh số trên một tỉ đô la/ năm. Những công ty kinh doanh theo mạng tại Mỹ đang liên tục xâm nhập vào những thị trường dân cư mới Ví dụ, sự gia tăng nhanh chóng của thị trường cộng đồng Tây Ban Nha đã cho thấy những kết quả tăng trưởng đáng kể. Những công ty như Discovery Toys có mở ra những thị trường kinh doanh theo mạng cho các nhà phân phối là giáo viên. Tập đoàn A.L. Williams mở thị trường kinh doanh theo mạng cho những đại lý bảo hiểm làm việc bán thời gian. Quorum International, với lĩnh vực những sản phẩm an toàn cá nhân, mở ra cho các nhà phân phối kinh doanh theo mạng dịch vụ luật pháp dành cho cá nhân và an ninh cho người bán hàng trong thế giới kinh doanh theo mạng.

Sự khuyếch trương của tập đoàn kinh doanh nhượng quyền khổng lồ, McDonald's, đã mở một đường song song hấp dẫn tới những cơ hội tăng trưởng ở nước ngoài của hàng tiêu dùng Mỹ. Tỷ lệ những người tới những quán ăn của McDonald ở nước ngoài gợi cho chúng ta hình dung về những khả năng mở rộng, và cũng khẳng định rằng thị trường sẽ không trở nên bị bão hòa đối với sản phẩm tiêu dùng nổi tiếng nhất của Mỹ, bánh mỳ kẹp thịt của McDonald.

Tỷ lệ người tới những quán ăn của McDonald

Mỹ 27 nghìn/ 1 quán

Canada 40 nghìn/ 1

Australia 47 nghìn/ 1

Anh 108 nghìn/ 1

Nhật bản 124 nghìn/1

Đức 177 nghìn/ 1

Cũng như kinh doanh theo mạng, thế giới đang đợi McDonalds. Mặc dù các nhà phân phối kinh doanh theo mạng bán mọi kiểu sản phẩm tiêu dùng có thể hình dung được, sự thật là trong cuộc sống hàng ngày về những sản phẩm chủ yếu của ngành kinh doanh này, những sản phẩm sức khỏe và mỹ phẩm, người ta nói rất nhiều về sự bão hòa của cơ hội bán được sản phẩm. Bạn hãy đến tầng đầu tiên của bất kỳ cửa hàng bách hóa nào và lưu ý rằng ở đó quầy tính tiền mỹ phẩm hầu như lúc nào cũng đông nghẹt người. Khu vực sức khỏe và dinh dưỡng của trung tâm mỗi siêu thị cũng tương tự như vậy. Miễn là bạn nhìn thấy những bộ phận này, bạn sẽ biết rằng vẫn còn có nhiều thị trưởng cho nhà phân phối kinh doanh theo mạng.

Như vậy lần sau nếu có ai đó nói với bạn về lý thuyết bão hoà, hãy kể cho họ về Amway và Avon. Kể cho họ về Go-Re-Mar, về Macsdonald khổng lồ.

Doanh nghiệp chuyên đào tạo con người

Rod Nichols

Nhiều người nghĩ rằng KDTM chỉ đơn thuần là bán hàng, trong khi trên thực tế thì đó lại là doanh nghiệp đào tạo. Là một nhà phân phối KDTM, chúng ta sẽ có 3 việc cần làm:

1) Giảng giải cho đối tượng tiềm năng biết vì sao họ cần sử dụng sản phẩm/dịch vụ của chúng ta.

2) Giảng giải cho họ hiểu vì sao cần phải có một doanh nghiệp Kinh Doanh Theo Mạng.

3) Đào tạo những nhà phân phối mới về cách thức làm thế nào để xây dựng một doanh nghiệp.

Chúng ta hãy thảo luận vắn tắt về mỗi phần việc này:

1.***Đào tạo người mới hiểu về sản phẩm / dịch vụ***

Bước đầu tiên bạn cần thực hiện là đọc tất cả mọi thứ có liên quan đến sản phẩm/dịch vụ và ngành kinh doanh mà sản phẩm/dịch vụ đó đang phục vụ. Chúng mang đến những lợi ích gì cho khách hàng? Bạn có được lợi thế cạnh tranh nào so với các sản phẩm tương tự?

Khi giảng giải, bạn cần đưa những thông tin mới đến cho các đối tượng khách hàng tiềm năng và không những nêu ra lý do vì sao họ cần sản phẩm/dịch vụ của chúng ta mà còn là vì sao họ phải mua sản phẩm đó từ bạn chứ không phải một ai khác.

2.***Đào tạo người mới về doanh nghiệp của bạn***

Bạn cần giúp cho những người khác hiểu được sự khác nhau giữa thu nhập tuyến tính (Làm việc bao nhiêu hưởng bấy nhiêu - Tiền lương hàng giờ, hoa hồng, tiền thưởng, chi phí...) và thu nhập thặng dư (làm việc cật lực một lần và được trả phần suốt phần đời còn lại). Bạn cần giúp cho họ hiểu rằng kế hoạch 40 năm (làm việc trong 40 năm và rồi nghỉ hưu) là không còn có ích nữa

Bạn cần giúp cho họ thấy rằng bảo hiểm xã hội mai đây sẽ không còn chăm sóc và bảo đảm cho cuộc sống của chúng ta.

Hãy cho họ thấy cách làm thế nào để họ có thể xây dựng một nguồn thu nhập thặng dư trong thời gian rảnh rỗi cần thiết để được vui hưởng cuộc sống thực sự.

3.***Đào tạo những nhà phân phối mới***

Dạy cho họ sao chép hệ thống mà ai cũng có thể làm được. Cho họ biết họ có thể học và tìm hiểu thông tin về sản phẩm dịch vụ ở đâu

Đưa cho họ kế hoạch hội thảo để họ có thể bắt đầu tham gia các khóa đào tạo và tập huấn kinh doanh ngắn hạn tại địa phương

Thực hiện những cuộc gọi *điện thoại tay ba* (3 line) và các cuộc gặp *2 chọi 1* với các đối tượng tiềm năng của họ, như thế họ có thể nghe và thấy được cách làm thế nào để làm doanh nghiệp.

Khi được đào tạo bằng thực tiễn, ví dụ minh họa cụ thể- nếu bạn đang nhận bảo trợ và bán lẻ, thì họ sẽ học theo bạn.

Vì thế chẳng có gì đáng ngạc nhiên nếu một giáo viên có thể tham gia rất xuất sắc trong KDTM.

Họ biết cách lắng nghe và đào tạo.

Còn bạn thì sao?

Cần tìm kiếm gì ở một cơ hội?

Michael L.Sheffield

Hỏi : Tôi đang cân nhắc về việc tham gia một cơ hội KDTM. Tôi nên phải tìm hiểu những thông tin gì cần có đối với một công ty hợp pháp?

Đáp: yếu tố cần thiết đối với một công ty KDTM hợp pháp chính là sản phẩm hoặc dịch vụ có chất lượng. Vậy đây là những tiêu chí bạn cần tìm kiếm về một sản phẩm hoặc dịch vụ :

Tính hấp dẫn: Nếu chính bạn cũng bị những sản phẩm này cuốn hút và tự mình sử dụng chúng, sự nhiệt tình của bạn sẽ là tài sản bán hàng tốt nhất.

Chất lượng cao : thu nhập thặng dư dài hạn của bạn dựa vào khả năng sản phẩm có chuyển tải đúng như được hứa hẹn và duy trì được lòng trung thành của khách hàng đối với sản phẩm hay không. Bạn sẽ không bao giờ phải nói lời xin lỗi cho một sản phẩm chất lượng cao.

~~*Giá phải chăng*: các sản phẩm KDTM thường không thắng được về mặt chi phí thấp. Tuy nhiên, chất lượng cao không nhất thiết phải là giá quá cao. Hãy chắc chắn rằng bạn hoặc những khách hàng của bạn đang so sánh giá của táo với táo khi cân nhắc giá cả giữa những nhà cung cấp cạnh tranh.~~

Vòng đời : Bạn có đang ở pha bắt đầu của một sản phẩm mới có nhu cầu thị trường đang gia tăng và có thể sống được?

Độc đáo : Nếu nó là một sản phẩm" giống như một sản phẩm khác ", bạn tốt hơn hết là nên tìm kiếm một ngách thị trường có thể tách sản phẩm riêng biệt so với số đông.

Độc quyền: Hãy thận trọng nếu sản phẩm sẵn sàng được cung cấp

qua những kênh phân phối khác như những cửa hàng bán lẻ, những tài liệu mẫu hoặc những công ty KDTM khác.

Cam kết chăm sóc và thoả mãn khách hàng : Một công ty mà không hậu thuẫn sản phẩm của nó thì chắc chắn sẽ để cho bạn bị rắc rối hoặc chịu trách nhiệm về những vấn đề có thể nảy sinh với các khách hàng của bạn.

Những công cụ trợ giúp bán hàng : Chắc chắn rằng công ty có tài liệu quảng cáo hỗ trợ thông tin đầy đủ về những ích lợi của sản phẩm và đẩy mạnh bán lẻ.

Một khi bạn đã tìm thấy một sản phẩm hoặc dịch vụ mà có thể tin tưởng được, hãy đánh giá công ty dựa vào những nhu cầu và lòng tin cá nhân của bạn.

Bạn cần xem xét :

Phương tiện hỗ trợ : các văn bản giới thiệu công ty cần phải dễ hiểu và cung cấp hình ảnh chuyên nghiệp trong việc hỗ trợ đắc lực những hoạt động kinh doanh của bạn.

Những tài liệu về chính sách và thủ tục : Đọc và Hiểu rõ việc gì bạn được phép hoặc không được phép làm. Những quy định nội bộ dành cho nhà phân phối thế này được soạn thảo để bảo vệ sự toàn vẹn cho việc kinh doanh và giải quyết các trường hợp nhà phân phối phản bội nào đó có thể ảnh hưởng tiêu cực đến mọi người.

Nếu công ty không cung cấp tài liệu chính sách và thủ tục, hãy lưu ý đây có thể là tín hiệu báo động. Công ty này có thể không có được tư vấn tốt về luật pháp của KDTM hoặc không có ý định lập kế hoạch tồn tại lâu dài.

Ban quản trị công ty: Họ cần phải được tin tưởng về năng lực và trung thực, và quan tâm tận tình đến những nhà phân phối của họ. Nếu có thể, bạn hãy phỏng vấn họ, hoặc ít nhất nói chuyện với những nhà phân phối thành công khác về những quan điểm của họ.

Hãy hỏi rằng:

* Có người nào hoặc những người nào trong ban quản trị có kinh nghiệm về KDTM không?
* Có các chuyên gia tham gia quản trị, quản lý tài chính, phân phối và phần mềm trả hoa hồng không?
* Công ty có thuê những cố vấn chuyên nghiệp để hỗ trợ trong các mặt yếu kém không?

Lịch sử công ty: công ty đã kinh doanh được bao lâu? (trên 10 năm) Hoạt động ở bao nhiêu nước? (càng nhiều nước càng tốt).
Có bao nhiêu nhà phân phối? Tổng doanh số hàng năm của nó là bao nhiêu?
Nó có được cấp vốn tốt không? Nếu vì bảo mật, những thông tin này có thể không được tiết lộ, nhưng nó đáng cho bạn tìm hiểu

Kế hoạch trả thưởng **:** những lời hứa hẹn của nó có thực tế không?

Khi cái gì đó có vẻ như quá tốt đến mức không có thật, thì thực tế thường là thế.
Kế hoạch trả thưởng có do những chuyên gia am hiểu về KDTM xây dựng không? Nó có phù hợp với những nhu cầu của bạn đối với thu nhập bán thời gian hoặc một cơ hội nghề nghiệp toàn thời gian không? Kế hoạch đã có quá trình thử nghiệm và chứng minh được thành công chưa hay bạn đang nằm trong chương trình thí nghiệm? (nếu đã có nhiều người thành công trong công ty thì chứng tỏ kế hoạch trả thưởng tốt). Tìm kiếm bằng chứng rằng kế hoạch này được một công ty KDTM khác sử dụng thành công. Người đỡ đầu cho bạn hay nhân viên công ty có giải thích cặn kẽ chi tiết cho bạn không?

Triết lý kinh doanh **:** có phù hợp với phong cách sống của bạn và làm bạn cảm thấy thoải mái và tự hào là một phần của tổ chức này hay không?

Những hội thảo bán hàng và huấn luyện: công ty hoặc upline của

bạn có tổ chức những cuộc họp hỗ trợ thường xuyên hoặc gọi điện để tập huấn cho bạn không?

Nhà cung cấp phần mềm trả hoa hồng: công ty phải có hệ thống máy tính mạnh và hệ thống mạng internet để bạn có thể truy cập vào đó bất cứ nơi nào và khi nào bạn muốn.

Truyền thông : tìm kiếm việc được thông tin tốt trong các thư tin tức, các hộp thư thoại, các cuộc gọi hội nghị xuyên quốc gia và một trang web tốt sử dụng tất cả các công nghệ thông tin liên lạc sẵn có.

Bảo mật: sự đầu tư duy nhất cần thiết nên làm là một tài liệu hỗ trợ bán hàng không uỷ quyền. Tất cả các khoản đầu tư khác nên cân nhắc. Đề phòng hành vi dụ dỗ mua hàng trữ quá lớn hoặc mua hàng để đạt được danh hiệu. Trong trường hợp công việc không tiến triển, bạn hãy chắc chắn rằng có chính trả lại hàng đối với những hàng hoá bạn không bán được

Tìm hiểu xem liệu công ty có đăng ký trong Phòng Thương mại địa phương không .
Nếu bạn đã truy nhập được vào dịch vụ báo cáo tín dụng của công ty, hãy kiểm tra.
Những công ty buôn bán công khai có thể được điều tra thông qua những dịch vụ trực tuyến.
Bạn cũng cần phải cũng tiếp xúc với những hiệp hội ngành KDTM trước khi đầu tư.
Tuy có nhiều công ty đàng hoàng có thể không tham gia vào hiệp hội của ngành KDTM, nhưng các hiệp hội cũng là một nguồn thông tin tốt.
Gọi đến Hiệp hội bán hàng trực tiếp số (202) 293 5760 hoặc vào website http: // Www.dsa.org.
Bạn có thể cũng tiếp xúc với Hiệp hội KDTM Quốc tế số (949) 854 0484 hoặc truy cập website http: // Www.mlmia.com.

Điều quan trọng cần nhớ :
Lựa chọn người đỡ đầu upline tốt để hỗ trợ bạn có thể là yếu tố không kém phần quan trọng .

Có người nào đó trong ba mức upline đầu tiên của bạn đã có thành công thực tế và có thể chỉ cho bạn cách làm việc? Điều này có thể là đường tắt cho bạn tăng trưởng nhanh chóng và là lời khuyên mạnh mẽ nhất của tôi để bạn sớm đạt được sức bật.

6 câu hỏi trước khi trở thành một nhà phân phối KDTM

Hỏi : Tôi đang tìm kiếm một cơ hội kinh doanh tại nhà hoặc một công ty KDTM để làm đại diện. Tôi nên tìm hiểu những vấn đề gì về công ty ấy trước khi quyết định?

Đáp : Dù bạn đang tìm kiếm một cơ hội làm thêm bán thời gian hoặc muốn thay đổi công việc toàn thời gian, việc lựa chọn đúng doanh nghiệp rõ ràng là một phần quan trọng trong công thức thành công của bạn.

Hàng nghìn nhà phân phối làm việc độc lập tại nhà, nhượng quyền và kinh doanh theo mạng tiềm năng thường nhận được những tạp chí chào mời các cơ hội, các e-mail spam hoặc được bạn bè hay họ hàng thuyết phục rằng họ đã tìm được chiếc đũa thần biến họ lẫn bạn đều trở nên giàu có.

Không may, nhiều người nhảy ngay vào những cơ hội bị quảng cáo quá mức hoặc những lời hứa hẹn vô căn cứ và rồi nhanh chóng bị thất vọng. Việc một công ty đẩy mạnh quảng bá những cơ hội của nó dưới ánh sáng hào quang, hay một người bạn của bạn nhấn mạnh vào những món lợi tiềm năng trong công việc kinh doanh của anh ta thì chẳng có gì là sai trái cả . Điều cốt yếu mà bạn cần là phải phân biệt được sự thật và ảo tưởng, thực tế so với trí tưởng tượng và tiềm năng thật từ lời lôi kéo bán hàng nhiệt tình của những người đang cố tìm lợi nhuận từ việc tham gia của bạn. Họ nói rằng bạn sẽ mau chóng

thành công nếu làm việc chăm chỉ. Thực tế quả là có nhiều cơ hội tốt cho những ai sẵn sàng để làm việc và làm việc nghiêm túc. Bất kỳ doanh nghiệp nào tạo ra cơ hội thực sự cũng yêu cầu bạn nỗ lực thực sự. Hãy nhớ rằng, nếu như cơ hội đó càng thực tế bao nhiêu, càng có triển vọng cho bạn bấy nhiêu.
Dưới đây là sáu câu hỏi bạn cần phải đặt ra để chuẩn bị trước cho quyết định đầu tư thời gian và tiền bạc.

1. *Công ty này đã kinh doanh bao lâu trong ngành KDTM?* Nếu họ đã xây dựng được nhiều năm, họ hẳn sẽ có được những thủ lĩnh KDTM từng trải. Bạn hãy đề nghị được cung cấp danh sách những người nào bạn có thể đến tham khảo. Và nếu họ không đưa cho bạn bất cứ thông tin gì, hãy hỏi sâu hơn để biết lý do vì sao. Nếu đây là một công ty mới khởi sự kinh doanh, hãy tìm kiếm những dấu hiệu chứng tỏ nó vững vàng về tài chính. Liệu họ có quỹ tài chính đủ để tiến hành những kế hoạch đầy hứa hẹn mà họ đang quảng bá với bạn hay không?

2. *Ai là những người hậu thuẫn cho công ty?* Họ có chứng minh được khả năng và kinh nghiệm kinh doanh của mình không ? Họ đã có những thành công nào khác trước đó trong ngành KDTM để có thể đảm bảo với bạn rằng họ biết làm thế nào để thành công hay không? Họ đã có một nền tảng KDTM thành công hay chưa? Nếu chưa, có một thành viên nào trong đội ngũ nhân viên hoặc một tổ chức tư vấn hướng dẫn cho họ không?

3. *Các sản phẩm hoặc dịch vụ có khiến bạn cảm thấy thích thực sự không ?* Thường thì bạn sẽ không thể kinh doanh tốt nếu cá nhân bạn không quan tâm gì đến sản phẩm. cách tốt nhất là bạn dùng thử sản phẩm để cảm nhận điều này.

4. *Bạn được đào tạo theo kiểu nào khi mới khởi sự?* Bạn không thể

làm việc mà bạn không biết, như vậy chắc chắn rằng bạn cần có cách tiếp cận để bắt tay vào việc và liên tục được huấn luyện và hỗ trợ___

5. *Công ty có cung cấp cho bạn những phương tiện hỗ trợ kinh doanh hiệu quả không?* Họ có cung cấp hệ thống bán hàng minh bạch và đã được thử thách qua thời gian, cũng như có những công cụ để giúp đỡ bạn không ? Video và audio huấn luyện hoặc bán hàng, tài liệu in ấn, catalogue và một web-site mạnh mẽ liên kết tới một tài liệu giới thiệu sản phẩm thương mại điện tử trực tuyến là tất cả các tiêu chuẩn hỗ trợ bạn nên xem xét đến.

Liên kết web-site cá nhân của bạn tới trang web công ty là điều bắt buộc khi quảng bá rộng rãi về một sản phẩm tiêu dùng đã có thương hiệu -- Bạn cần điều này để bảo đảm doanh số mua hàng từ những khách hàng trực tuyến

6. *Bạn kiếm được tiền như thế nào?* Nếu bạn đang mua những sản phẩm hoặc dịch vụ tại đại lý và kiếm lợi nhuận cho bạn, công ty cần phải có một công thức tính lợi tức. Nó đủ khá để bạn thu hồi vốn đầu tư nhanh chóng không? Kế hoạch trả thưởng có dễ hiểu không? Tìm hiểu liệu có phải những phần trăm lợi nhuận được trả dựa trên bán lẻ, bán sỉ sau khi trừ hoa hồng bán lẻ, hay trên một số lượng được công ty ấn định dựa vào lợi tức của sản phẩm. Không nên xem xét kế hoạch chỉ đơn thuần các thông tin mẫu quảng cáo. Hãy đặt những câu hỏi và chắc chắn rằng bạn đã hiểu rõ khi nào bạn sẽ nhận những lợi nhuận của mình. Đồng thời, hãy hỏi người nào đó bạn tin cậy có kinh nghiệm về KDTM để tính toán làm thế nào cho tiền sẽ chảy vào túi. Công ty cũng cần phải giải thích cặn kẽ về kế hoạch của họ để giúp những người tập sự tránh đi những rắc rối và khó khăn.

Những kế hoạch trả thưởng tốt thường có thể khá phức tạp. Đừng để cho điều này khiến bạn e ngại. Chỉ cần bạn dành thời gian để hiểu rõ phần thưởng sẽ nhận được cho sự đầu tư của mình.
Bạn không đủ khả năng để đưa ra quyết định vội vàng trong việc chọn một công ty KDTM. Thời gian là sự sống của bạn. Lãng phí thời gian, là bạn đã lãng phí cuộc sống của mình. Đưa ra những quyết

định tốt đồng nghĩa với việc tìm kiếm sự thật. Điều này rất đáng công sức bạn bỏ ra—tiết kiệm thời gian và tiền cho bạn bằng cách loại trừ trước những lựa chọn sai lầm và tìm kiếm thắng lợi.

Một điều khác : Đôi khi bạn đưa ra quyết định dựa vào cảm tính. Nếu cơ hội là do một người bạn giới thiệu, tương tự như đa số các trường hợp chương trình KDTM, hãy xem xét upline bên trên người đỡ đầu của mình để xác định bạn sẽ nhận được kiểu hỗ trợ nào trong quá trình xây dựng doanh nghiệp sắp đến. Hiếm khi nào bạn có thể tự mình thành công. Điều đó đòi hỏi những nỗ lực của cả một đội ngũ phù hợp với sản phẩm và hệ thống hỗ trợ tốt. Nhưng cuối cùng, hoá đơn thanh toán hoa hồng đô-la sẽ không tự mọc cánh và bay vào trong hòm thư của bạn. Bạn phải tự mình làm điều đó.

ĐẾN THỜI CỦA BẠN RỒI
Tác giả: Jeffrey A.Babener

Thấm thoắt đã trải qua hơn hai thập niên tốt đẹp của ngành KDTM. Trong vòng 20 năm qua, ngành KD này đã đi theo cách của riêng mình và cố hết sức để bước vào địa đồ của những doanh nghiệp chính thống. Một số khuynh hướng đã tạo điều kiện mag lại sự thay đổi này.

Dưới đây là một số sự kiện chính, theo như tất cả những gì cá nhân tôi quan sát được:

*Phần mềm KDTM đã hỗ trợ rất nhiều cho các doanh nghiệp KDTM
* Các tập đoàn của Mỹ thu hẹp phạm vi và tìm an toàn về việc làm đã nhạt dần trong ký ức.

* Các số liệu thống kê cho thấy rằng hầu hết những công việc mới hiện nay đến từ các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

* Doanh nghiệp tại nhà riêng đã trở thành một thực tế của hàng triệu người Mỹ- truyền cảm hứng cho hàng triệu người khác cũng mơ ước mở một doanh nghiệp riêng.

*Thuật ngữ "nối mạng" đã trở thành một thuật ngữ thông dụng trong giới báo chí thương mại, khi ngày càng có nhiều người nhận ra vai trò thiết yếu của danh tiếng được lan truyền trong nền kinh tế.
*Cục Thuế đã đưa ra nguyên tắc (đại khái là vậy) cho những doanh nghiệp làm việc tại nhà bằng cách xét thuế theo tình trạng ký hợp đồng phân phối độc lập và xuất bản những tài liệu hướng dẫn nguyên tắc cụ thể về nghĩa vụ thuế cho các đối tượng bán hàng trực tiếp

Hãy thức thời!

Có nhiều lý do vì sao ngành KDTM đạt đến được sự trưởng thành và được trọng thị ở thập niên 90.

Khi hàng triệu người Mỹ giới thiệu các doanh nghiệp tại nhà riêng và những dự án kinh doanh đủ loại, họ đã tạo ra một luồng sinh khí mới mà trong đó KDTM có điều kiện phát triển mạnh mẽ.

Ví dụ, chẳng có gì quá lạ lẫm với việc một luật sư làm việc để điều hành một công ty mới không phải thuộc ngành nghề của ông ta. Phần lớn mọi người bắt đầu biết đến ai đó bước ra khỏi 95% còn lại của thế giới để chuyển sang kinh doanh.

Những người làm thuê theo giờ và nhận lương định kỳ bắt đầu suy nghĩ về ý tưởng tự do tài chính và tự quản lý kinh tế.

Đột nhiên họ trở nên cởi mở và thoáng hơn đối với những thay đổi và trở thành những đối tượng tiềm năng hơn cho KDTM.

Một sự thay đổi khác đối với thiên hướng của KDTM chính là vấn đề giới tính.

Trước đây, đa số những người bán hàng trực tiếp đều là nữ.

Kết quả là, đây có vẻ là ngành kinh doanh của nữ giới, khiến cho những tân binh là nam giới trở nên nản chí.

Nhưng khi cơ hội trong ngành càng nhiều hơn thì ngày càng có nhiều nam giới được KDTM thu hút tham gia.

Dần dần, nhận thức "chỉ dành cho nữ" đã nhạt dần đi, gia tăng khả năng thu hút nam giới vào ngành. Số lượng người tham gia KDTM đang gia tăng đột biến.

Khắp toàn cầu, số nhà phân phối đã lên đến 30 triệu, tạo ra doanh số 80 tỉ mỗi năm.

Khi một ngành công nghiệp lớn lên thì ngay cả các quan chức của các địa phương và quốc gia cũng bắt đầu chú ý.

Những công ty đa quốc gia lớn đang nhắm đến hiện tượng KDTM, xây dựng thành công kế hoạch riêng của họ về phân phối dịch vụ và sản phẩm.

Dưới đây là một số quan hệ đối tác đã được hình thành:

Avon - Mattel;

Tupperware-Disney;
Amway-Rubbermaid;
DuPont /ConAgra-Legacy;

Các công ty KDTM thực sự sẽ chuyển giao tất cả các hoạt động: sản xuất, dịch vụ khách hàng, thậm chí là kế toán.

Một trong những ngân hàng lớn nhất thế giới- Citigroup- được thành lập từ sự hợp nhất của Citibank và tập đoàn Traveler- đã có một bộ phận KDTM, dịch vụ tài chính Primerica (Trước đây là công ty A.L.Williams). Đó chính là một trong những kênh phân phối hiệu quả nhất cho các sản phẩm tài chính của tập đoàn. Những lĩnh vực này bao gồm các chính sách bảo hiểm cho đến các tài khoản ngân

hàng
Các tập đoàn Mỹ đã công nhận giá trị thành công của ngành KDTM bằng cách chào bán công khai các công ty KDTM tại phố Wall. Excel Telecommunications, Amway Asia-Pacific, và Nu Skin đều giới thiệu thành công các cổ phiếu phổ thông ban đầu trên các thị trường hối đoái lớn. Mannatech, Market America, Nature's Sunshine, Pre-Paid Legal, và Rexall, có thể kể vài tên như thế, cũng được mua bán công khai.

Vào thập niên 90, các công ty tài chính kỹ thuật cao trở nên đầy mê hoặc đối với ngành KDTM, khi các công ty KDTM mở rộng những mặt hàng của họ sang dịch vụ cũng như các sản phẩm tiêu dùng. Rất nhanh chóng, có vẻ như các công ty kỹ thuật cao đang xem ngành KDTM như một phương tiện phân phối đánh lẻ đối với thị trường cạnh tranh.

Các công ty trong lĩnh vực truyền thông, in ấn, dịch vụ internet, truyền hình vệ tinh, tài chính và dịch vụ du lịch trở thành những kẻ hưởng lợi chủ yếu từ những liên minh với các công ty KDTM.

Ngày nay, ngay cả điện năng cũng được bán qua KDTM. Tại sao các công ty truyền thống lại ném các lô hàng của mình vào tay những doanh nhân "quê mùa và chất phác" của ngành KDTM? Bởi vì họ có thể nhìn thấy được điều đó rất hiệu quả Đặc biệt, phân phối theo kiểu KDTM còn có rất nhiều lợi thế rất rõ ràng

* KDTM là một kỹ thuật có sức tác động lớn nhằm giới thiệu sản phẩm nhãn hiệu mới - đặc biệt là những mặt hàng yêu cầu sự kết quả cụ thể hoặc được chứng nhận.

*Nó phát triển mạnh mẽ thông qua"truyền khẩu" bằng cách trực tiếp tưởng thưởng khách hàng cho việc chia xẻ sự ưa thích của họ đối với sản phẩm hay dịch vụ của công ty.

* Những kỹ thuật KDTM có thể thâm nhập những thị trường mới nhanh chóng.

* Vì hoa hồng chỉ được trả trên doanh số bán thực tế và vì thế khẩu ngữ thay thế những chiến dịch quảng cáo tốn kém, phân phối theo KDTM là một phương thức hiệu quả và kinh tế để tiếp thị một sản phẩm hoặc dịch vụ.

Công ty phần mềm Going Global MLM đã biến doanh nghiệp quốc tế và toàn cầu trở thành hiện thực. Trong khi tham gia vào doanh nghiệp mới vào thập niên 90, ngành KDTM cũng cắm lá cờ của nó trên rất nhiều thị trường khắp thế giới.

Amway và Nu Skin đã có những thành công tại Nhật Bản, chứng minh là họ xứng đáng làm KDTM từ nơi khai sinh ra ngành KD này, nước Mỹ.

Nu Skin đã tiên phong nối liền việc bảo trợ khắp toàn cầu, cho phép nhà phân phối bảo trợ người sống ở bất kỳ đâu trên thế giới vào mạng lưới của mình- miễn là tập đoàn có kinh doanh tại quốc gia nơi tân binh đó đang sinh sống.

Đối với nhiều công ty KDTM lớn nhất thì việc buôn bán bên ngoài nước Mỹ chiếm đa phần.

Internet, mạng lưới truyền thông toàn cầu và truyền hình vệ tinh cung cấp công cụ cho việc mở rộng toàn cầu.

Không chỉ có người Mỹ mới tham gia vào cuộc chơi trong thập niên này mà còn có rất nhiều công ty nước ngoài mở các cửa hàng tại Mỹ. Một trong những câu chuyện thành công nhất trong thập niên 90 phải kể đến người khổng lồ trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe Nikken- đã đến Mỹ từ Fukuoka, Japan vào đầu thập niên khi thực sự vẫn chưa hề có khách hàng người Mỹ nào.

Nikken đã gửi đến doanh số hàng năm của nước Mỹ hàng triệu USD vào cuối thập niên và thiết lập được tổng hành dinh mới ở California Cuối cùng, thập niên vừa trải qua đó đã nhìn thấy một sự biến chuyển vật đổi sao dời trong truyền thông và nhận thức của công chúng về KDTM. Vào thập niên 80, giới báo chí đã thừa nhận sự tồn tại của KDTM nhưng sự chú ý mang tính tiêu cực

Những câu chuyện được đặt tên như: "Sự xáo trộn có tên gọi KDTM" và "Những nghệ sĩ lừa đảo đã xuất hiện". Một số vụ lừa đảo đã được kể đến nhưng các công ty chân chính thì thường bị đánh đồng với cái xấu-có hiệu quả thông tin sai lạc cho công chúng về ngành công nghiệp này.

Trong những năm gần đây, khuynh hướng này đã bắt đầu được xoay chuyển.
Những câu chuyện tích cực trong KDTM đã xuất hiện trên tạp chí Phố Wall, Success, Entrepreneur, Wealth Building, Business Startups và Home Office Computing.'

Những bài báo vẫn phê phán về sự trung thực của ngành KDTM nhưng họ cũng bắt đầu có những chiều thông tin tích cực: có hàng triệu người Mỹ đã tìm thấy những cơ hội chưa từng mơ thấy được-cùng với họ hàng, bạn bè, hàng xóm và đồng nghiệp của họ. Trừ phi bạn đã từng sống trong hang, bạn sẽ không thể bỏ qua những lời tiên đoán của các chuyên gia rằng Internet sẽ là một trong những lực lượng kinh doanh đầy sức mạnh ở thế kỷ 21.

Khi con đường mở rộng hơn- có nhiều thông tin và nhiều tiền hơn sẽ được trao đổi qua mạng.

Như một ngành công nghiệp hướng đến tương lai, KDTM sẽ đáp ứng và tiếp cận những công nghệ mới một cách nhiệt liệt.

Những tài liệu trang bị kiến thức bán hàng và video có thể trở nên lỗi thời khi những thiết bị trình bày đa phương tiện phức tạp trên laptop (

và qua e-mail) trở thành công cụ tuyển dụng chính và không gian ảo biến thành nơi đào tạo.

Internet sẽ khuyến khích sự mở rộng nhanh chóng trên quy mô toàn cầu với truyền thông tức thời giữa tổng hành dinh KDTM và đội ngũ nhà phân phối.

Tài liệu, những tài liệu trang bị kiến thức bán hàng, hợp đồng nhà phân phối, chính sách và những thủ tục sẽ chủ yếu được đặt trên web-site, nơi các đối tượng tiềm năng mới có thể tải xuống. Các quan tòa đã nhìn nhận chữ ký điện tử như là điều kiện bắt buộc. Nhà phân phối sẽ đặt hàng trực tiếp trên mạng, giảm nhu cầu tổng đài điện thoại và nhân sự làm việc.

Các công ty sẽ trả tiền trực tiếp vào tài khoản ngân hàng hoặc tài khoản thẻ tín dụng.

Công ty mới " KDTM đích thực" sẽ giao gần như mọi hoạt động: sản xuất nhãn hiệu riêng, dịch vụ khách hàng, thực hiện hợp đồng, xử lý hệ thống phân phối và xử lý tài khoản.

Cách mạng công nghệ sẽ sang bằng sân chơi chung.

Nhưng đừng để chi sự rùm beng về công nghệ này sẽ làm bạn sao lãng khỏi những điều cơ bản.

Bất kể máy móc có được cải tiến thế nào, các công ty KDTM thành công sẽ luôn là những công ty duy trì được sự tôn trọng trong các mối quan hệ cá nhân.

Hãy trở nên thực tế như bạn vẫn muốn- bạn sẽ luôn cần phải tách bạch và chú trọng đến những gì là cần thiết nhất cho bản thân mình.

Nếu tôi làm được, bạn cũng sẽ làm được.

Glenn Terner – ông vua kinh doanh mạng vốn là con trai của một người thợ cấy chỉ mới học hết lớp 8 với cái môi sứt chỉ trong vòng 5 năm đã biến số tiền vốn 5000 đôla thành 300 triệu đôla vào năm 1967.

Làm thế nào mà ông đạt được điều đó? Đơn giản là ông có một ý tưởng tuyệt vời và sự tự tin. Ông tin rằng mình sẽ làm được.

Terner đã thành lập công ty, phát triển khái niệm tự tin và dạy những người khác những điều ông lĩnh hội được qua làn sóng kinh doanh mạng.

Kinh doanh mạng ngày nay đã là chuyện khá quen thuộc đối với mọi người, nhưng vào những năm 70 nó mang một tì vết giống như franchising, từng bị chụp mũ là pyramid. Và bàn tay luật pháp đã từng gây không ít khó dễ cho Terner.

"Có nhiều yếu tố làm cho xã hội chống lại tôi, – Terner hồi tưởng về quá khứ, - áp lực về chính trị, dư luận báo chí, những kẻ ghen ăn tức ở, lòng ganh tị của bậc cha mẹ khi thấy tụi trẻ kiếm được những món tiền hàng 20 ngàn đôla mỗi tháng và những người làm luật cũng cần có việc làm. Nếu tôi kể cho anh nghe vài ba chuyện, có lẽ anh sẽ khuyên tôi viết sách, vì thế nên tôi đã viết rồi, nay thì anh đã có thể mua được một quyển rồi đấy".

"Jeffrey, tôi đã cố tìm cách liên hệ với các cơ quan chính quyền về chuyện làm sao để có thể kinh doanh hợp pháp, nhưng họ khuyên tôi nên nói chuyện với luật sư riêng. Tôi chỉ muốn ai đó nói với tôi là cái gì tôi có quyền làm và cái gì thì không, - Terner nói. – Nhưng người ta chưa bao giờ nói với tôi về luật chơi. Phần vì họ không biết, phần vì không có những đạo luật chuyên về việc quản lý hoạt động kinh doanh mạng. Họ không thích tôi vì tôi nhanh nhẹn và thành đạt. Chính quyền sợ tôi. Tôi làm ra tiền triệu, trong khi họ chỉ làm được tiền nghìn".

"Ở Washington có đến 17 nhân viên cảnh sát liên tục bám theo tôi cả ngày. Sếp của họ phát điên lên và ra lệnh "cấm và ngừng hoạt động". Sau khi tôi thắng kiện tại toà, nhân viên của anh ta phải quay về sở làm, nhưng trong thời gian 1 tuần họ theo tôi, họ đã cùng tôi kiếm

được nhiều tiền hơn cả một năm làm ở sở, mà lại chẳng sơ ai cho ăn đạn (ấy là tôi bị sếp họ cho ăn đạn thôi)".

"Trong 5 năm tôi được lĩnh thưởng 1800 lần, trong đó có 2 danh hiệu Tiến sĩ danh dự và có 1100 vụ kiện dân sự chống lại tôi và 78 công ty của tôi. Quan điểm của tôi về chuyện đó thế này: nếu lấy số lần thưởng của tôi trừ đi số lần bị kiện, thì tôi vẫn còn thắng 700." (Đó chính là phương pháp đấy!)

"Trong thời gian đó mọi chuyện đều phụ thuộc vào các mối quan hệ của anh, mà tôi thì không quen ai trong số những ông lớn. Tôi hồi đó còn ngây thơ. Tôi đã hình dung nước Mỹ như một đất nước của mọi cơ hội bình đẳng. Tôi từng tin các thầy giáo khi họ rằng chúng tôi sống trong đất nước tự do. Tôi đã nhầm. Tôi sống trong một đất nước "hãy trả tiền – và - anh tự do".

"Tôi đã tốn tiền triệu để mở con đường kinh doanh hợp pháp". Các công ty kinh doanh mạng như Amway, NSA, Herbalife, Kworum, Mary Kay được hoạt động hợp pháp là nhờ có Glenn Terner hầu toà suốt những năm 60-70. Và ông đã thắng kiện những năm 70-80 (với số tiền 300 triệu đôla).

"Trong cuốn sách mới của tôi "Terner, Terner, Terner - ông vua kinh doanh mạng", tôi đã kể chi tiết về những gì đã xảy ra với tôi, và các sự kiện đó đã ảnh hưởng đến việc lập ra hình thức kinh doanh mạng như ngày nay chúng ta thấy như thế nào."

Khi công ty "Dare to be Great" (công ty của Terner – J.G.) đang trên đà lớn mạnh tôi khua cái môi sứt của mình như một cái gậy thần. Tôi tuyển dụng hàng ngàn người không cần bất cứ băng video, những quan hệ ầm ỹ hay thẻ tín dụng nào.

Thành công của tôi ở chỗ tôi biết dạy mọi người tin vào chính mình và ước mơ của mình trước nhất, sau đó mới cổ vũ họ vươn tới thành tích. Bí quyết lớn nhất là ở tôi – tôi đã dẹp hết những lời can gián.

Nếu một người thợ cấy chỉ mới học hết lớp 8 với một cái môi sứt mà cũng kiếm được vài triệu thì ai cũng làm được như vậy thôi".

Glenn Terner thay đổi suy nghĩ của người ta theo chiều hướng tốt.

"Tôi đã nói với mọi người rằng 3 trong số 4 người đến công ty tôi sẽ không đạt được gì cả vì họ sẽ nghe theo bạn bè, người thân, người quen và hàng xóm của họ nói với họ: "cái đó không được đâu. Đừng có ngốc, đừng có thử làm gì". Những tay hèn – tôi gọi họ như thế. Họ đã thất bại thì chớ, họ còn không muốn người khác thành công".

Terner đến nay vẫn nói y như ông từng phát biểu trên khán đài 25 năm về trước.

"Năm lên 6 anh thấy hào hứng, đến năm 14 anh bắt đầu nghi ngờ. Khi vào đời với một chiếc thẻ tín dụng, anh sẽ chẳng còn cái hào hứng và hăng hái như hồi còn nhỏ.

Tôi chỉ cho mọi người cách tìm lại sự hào hứng và hăng hái của họ. Hàng ngàn người đang làm điều đó. Và dù có chuyện gì xảy ra với công ty của họ đi chăng nữa – cho dù phá sản hay thất bại, - thì những người này cũng không bao giờ thua cuộc. Hàng trăm người hôm nay đã trở thành triệu phú nhờ quan niệm mà họ đã có được cùng với tôi. Tôi đã dạy họ cách kiểm soát lý trí của mình.

Tôi đã khiêu khích tất cả những người bị phân biệt đối xử, những người không được ưu ái và nạn nhân của những thành kiến. Tôi là nhà vô địch đối với những người lùn, người mù, người điếc và người tàn phế, những người thuộc về thiểu số và phụ nữ. Tôi tin tưởng họ đến mức họ bắt đầu tự tin vào chính mình.

Tôi đã sinh ra những người truyền bá tư tưởng, những người thầy, người mẹ, doanh nhân và những nữ doanh nhân vĩ đại nhất. Nhìn lại những năm 70, có thể nói là trong số những người từng giữ ghế chủ tịch tập đoàn của tôi có tới 7 phụ nữ, và họ đã mang lại cho tập đoàn hàng triệu đôla mỗi năm. Và điều đó xảy ra từ những năm mà còn

chưa ai nghĩ rằng phụ nữ có thể nắm giữ những vị trí lãnh đạo. Công tác huấn luyện của chúng tôi mạnh đến mức những người xuất thân từ công ty tôi sau này sang những công ty khác cũng trở thành những gương mặt số 1".

Lúc này đang là năm 1997. Sau 4 năm ngồi tù (ông ra tù năm 1992 – J.G.) vì một trong những vụ kiện bịa đặt khó tin nhất thế giới, "tôi chỉ càng tốt hơn lên", Terner cười khẩy. "Người ta đã lấy hết tiền của tôi, nhưng tiền của cả thế giới và tất cả ngục tù trên thế gian này cũng không thể khuất phục được tôi.

Sức mạnh kỳ diệu của Glenn Terner không phải kinh doanh mạng hay tiền của, mà ma lực ở trong phương pháp của ông, trong sự kiểm soát được nhận thức của mình.

Tôi hỏi Glenn, có nhiều người sử dụng thông điệp của ông về phương pháp tư duy tích cực hay không. Ông trả lời: "Có một người mà tôi biết chắc chắn – đó là chính tôi. Nếu tôi chính là đỉnh cao mà tôi có thể vươn tới đối với tôi, thì tôi cũng chính là tôi tốt nhất cho người khác. Tôi chỉ đơn thuần gửi thông điệp này với tư cách một người gửi, còn những người khác là người nhận, và họ cũng đang có làm gì đó với thông điệp này".

"Sản phẩm của tôi chính là phương pháp tư duy tích cực. Và cho đến nay vẫn vậy. Một trong những công cụ mạnh nhất để đạt được thành công là lý trí của con người. Và có tới 95% người Mỹ không kiểm soát được nó. Phương pháp của họ bị những yếu tố tiêu cực kiểm soát (những tin tức thời sự khu vực, bạo lực, chính trị, thuế má, kiện tụng) và những con người tiêu cực.

Cuối cùng là lời khuyên của Terner cho độc giả: "Nếu bạn rất muốn làm nên một cái gì đó trên thế gian này, nếu bạn muốn bỏ việc để thực hiện ước mơ kinh doanh - tôi cho bạn một lời khuyên mà tôi đã cho hàng ngàn người từng khởi nghiệp với tôi và đã đạt được mọi thứ: Nếu tôi làm được - tức là bạn cũng làm được."

"Nếu bạn kiểm soát được lý trí của mình - tức là bạn kiểm soát được thành công của mình. Bạn có thể không tin lời tôi, vậy thì bạn cứ hỏi bất kỳ nhà triệu phú nào đi. "

(Ghi chép của Jeffrey Gytomer)

Sức mạnh đáng kinh ngạc của "Niềm tin "

TS. Jill Ammon – Wexler

Đâu là sức mạnh thật sự của tư duy

Chỉ mới tuần trước đây, một trong những doanh nhân làm việc cùng tôi băn khoăn rằng ông ta dường như không bao giờ có thể cải thiện được khả năng tài chính" " Tôi đã làm theo hướng dẫn của mọi cuốn sách phát triển bản thân " Edward giải thích. "Tôi đã đặt ra các mục tiêu, tôi đã tham gia hết khóa học này đến khóa khác- thế nhưng tôi dường như không thể kiếm thêm được là bao trong cuộc sống của mình"

Tôi bảo anh ta: "Hãy nói cho tôi biết về những gì anh ***Tin*** là có thực đối với việc có nhiều tiền hơn"

Dưới đây là danh sách niềm tin của anh ta về tiền bạc:

Tôi dường như không thể kiếm thêm được nhiều tiền

Tôi đã đạt đến đỉnh cao tài chính của mình

Thật khó kiếm tiền.

Người Giàu ngày càng trở nên giàu hơn, và người nghèo ngày càng nghèo hơn.

Tôi thật sự có thể ổn mà không cần có nhiều tiền hơn

Dù có kiếm được thì nhân viên thuế cũng sẽ lấy mất tiền của tôi

*Tôi không muốn bán linh hồn của mình để có nhiều tiền hơn*Nhiều người hẳn sẽ đồng ý với những gì anh ấy nêu ra trong danh sách của mình.

Vậy thì ở đây có gì sai không?

Vấn đề cơ bản chính là: hệ thống niềm tin bên trong của Edwards về tiền bạc *KHÔNG* hỗ trợ gì cho mong ước có thêm nhiều tiền trong cuộc đời anh

Thực ra là, chính những niềm tin đã phủ nhận đi niềm mong ước của anh.

Làm thế nào để niềm tin điều khiển cuộc sống của chúng ta?

Chúng ta ai cũng có một hệ thống niềm tin và những giả thiết về mọi lĩnh vực trong cuộc sống của mình: từ tiền bạc cho đến sự thành công, từ các mối quan hệ cho đến hình thức bản thân. Và phần lớn những niềm tin này đã ở lại trong thời thơ ấu của bạn.

Sao thế?

Bởi vì chính bản chất của lòng tin, nếu chúng ta thực sự TIN thì chúng sẽ thành hiện thực. Trên thực tế, chúng ta tự động giả thiết niềm tin có thật ngay cả nếu không nghĩ về điều đó. Edward tin tưởng anh ta phải bán cho linh hồn để có nhiều tiền hơn trong cuộc sống của mình và dù thế nào đi chăng nữa, nhân viên thuế cũng sẽ lấy hết tiền của anh. Đồng thời anh cũng tin rằng anh đã đạt đến đỉnh tài chính và thực sự CÓ THỂ ổn mà không cần nhiều tiền hơn.

Đây có vẻ gì giống như hệ thống niềm tin sẽ hỗ trợ mong ước có nhiều tiền trong cuộc sống của anh ta không?

Bạn đã có bao giờ khảo sát những niềm tin trong tiềm thức của bản thân về những gì bạn nói rằng bạn muốn tạo ra trong CUỘC SỐNG của mình chưa?

Sức mạnh của Niềm tin

Phần lớn chúng ta sẵn sàng xem xét kỹ lưỡng tất cả các khía cạnh bản thân nhưng lại trở nên rất phòng ngừa nếu như có ai đó dám hỏi chúng ta về niềm tin của mình.

Chúng ta giả thiết rằng niềm tin của chúng ta nằm bên ngoài câu hỏi. Vì thế chúng thường không được trả lời và đơn giản là lướt qua ngay những mục tiêu chống lại chúng.

Khoa học trong hành vi

Nhưng tôi phát hiện thực tế khoa học nằm phía sau một ý nghĩ có thể đè bẹp niềm tin khi tôi bắt đầu sử dụng sự phản hồi tổng hợp trong một môi trường lâm sàng.

Tôi gọi riêng cho vợ một bác sĩ phẫu thuật nổi tiếng tại địa phương. Bà đến chỗ tôi với hy vọng phương pháp điều trị bằng máy cảm ứng sẽ mang lại cho bà sự giải tỏa nào đó với bệnh đau lưng của bà.

Bà Robbins (không phải tên thực) từng bị tai nạn ô tô khốc liệt do tốc độ cao cách đây hơn 3 năm.

Bà bị vẹo lưng và vết thương đó vĩnh viễn không được chữa khỏi.
Bà tựa mạnh vào cây nạng, tập tễnh bước vào phòng khám bệnh của tôi.

Ông chồng thầy thuốc của bà đã đòi giải phẫu và bà chỉ thử phương pháp cảm ứng để cầu may.

Trong buổi thử nghiệm đầu tiên chúng tôi khám phá ra rằng lòng tin của bà là bà sẽ không bao giờ được chữa lành (người bạn thân nhất của bà đã chết trong vụ tai nạn).

Tôi dán những miếng cảm ứng vào lưng của bà, và cả hai chúng tôi cùng quan sát màn hình máy tính chạy khi bà cố dịch chuyển chân của mình trong đau đớn. Tiếp đó tôi dán những miếng cảm ứng vào tay, thử cảm giác căng thẳng của bà, sau đó thả lỏng và chuyển sang bắp chân. Bà rõ ràng nhìn thấy sự khác biệt giữa những lúc căng thẳng và thư giãn biểu hiện trên màn hình.

Sau đó tôi đề nghị rằng vết thương trên lưng của bà ta có thể là một bắp thịt khỏe mạnh đã trở nên thói quen kinh niên- và đề xướng một thí nghiệm mà trong đó bà ta chỉ nghĩ về việc bắt cái lưng phải thư giãn

Chúng tôi dán lại các miếng cảm ứng vào lưng của bà và tôi xoay màn hình sang hướng bà ấy không nhìn thấy để có thể tập trung nghĩ về việc khiến cái lưng của bà được thư giãn Chắc chắn, những chỗ đau đã giảm đi đáng kể.

Khi tôi xoay màn hình lại để bà nhìn được, bà há hốc vì kinh ngạc.

Sức mạnh của những ý nghĩ trong đầu bà đã ngay lập tức giảm đi sự co thắt của các cơ trên lưng. Tôi hỏi bà giờ đã cảm thấy thế nào ở phần lưng.

Bà lại càng kinh ngạc hơn. Da bắt đầu ấm dần khi bà phục hồi được phần nào đó sự lưu thông.

Chỉ sau ba lần thực hiện điều trị bằng máy cảm ứng, bà đã có thể giải tỏa được những cơn co thắt trên lưng đơn giản bằng ý nghĩ.

Và một vài tuần sau bà đã vứt cái nạng chống.

Bà đã tự chữa cho mình từ niềm tin bị tàn phế ("tôi không nghĩ rằng tôi sẽ được chữa khỏi") với một niềm tin mạnh mẽ thay thế ("tôi có thể thả lỏng các cơn co thắt trên lưng mình"). Những niềm tin cũ có thể được thay thế bởi những ý nghĩ tích cực và quả quyết về thành công hơn.

Thay thế những niềm tin bị giới hạn.

Thay thế những niềm tin bị giới hạn đòi hỏi phải giải quyết bằng phương pháp ANTs (Tư duy tự động phủ định) được kèm theo những niềm tin này.

Nếu bạn có những niềm tin về sự giới hạn, tư duy tự động phủ

định của bạn sẽ không ngừng củng cố những niềm tin đó. Cách duy nhất để đè bẹp các tư duy tự động phủ định đó là tạo ra một niềm tin tích cực mới để thay thế những điều tiêu cực cũ.

Ban đầu bạn có tin những niềm tin mới tích cực này hay không cũng không quan trọng.

Hãy cứ tiếp tục và đọc đi đọc lại những câu đó.

Trí óc của bạn sẽ là nhà sáng tạo của thói quen.

Bạn càng có ý thức tập trung vào niềm tin tích cực mới mẻ của bạn thường xuyên bao nhiêu, chúng càng nhanh chiếm lấy tiềm thức của bạn và thay thế những niềm tin bị giới hạn trước kia bấy nhiêu.

Hãy thực hiện một cuộc vệ sinh tinh thần và giải tỏa những ý nghĩ tiêu cực đó.

Thế nào là một sản phẩm tốt ?!

Michael L. Sheffield

Hỏi : Tôi đã xem xét rất nhiều công ty kinh doanh theo mạng và chưa thể quyết định được đâu là lựa chọn tốt nhất. Sản phẩm đóng vai trò quan trọng ra sao trong quyết định của tôi?

Đáp : Các phân phối viên độc lập thành công nhất là những người đã có được kỹ năng chọn đúng công ty với đúng sản phẩm đúng thời điểm. Hẳn bạn từng nghe ai đó nói rằng: "Thời gian sẽ quyết định tất cả"

Câu nói này đặc biệt xác thực trong giới kinh doanh. Khả năng nhận định được sản phẩm hoặc khuynh hướng mới có thể giúp bạn tăng tốc độ thành công với tiềm năng tài chính.

Điều này cực kỳ quan trọng nếu bạn muốn khởi tạo điểm bắt đầu cho vòng đời của những sản phẩm hấp dẫn, mới mẻ và dễ bán.

Tất nhiên, mọi công ty đều sẽ chào hàng với bạn các sản phẩm của họ rằng: "đó là những sản phẩm mới và tuyệt hảo nhất". Nhưng chúng ta hoàn toàn hiểu được rằng việc xác định thời điểm là một trong những điều kiện thiết yếu để bạn có thể nhanh chóng rút ngắn lộ trình tìm kiếm sự độc lập tài chính.

Những mặt hàng sốt dẻo của năm trước thì có thể sang năm nay đã bị nhái tràn ngập trong một thế giới cạnh tranh khốc liệt của những người KDTM chuyên bắt chước.

Trước khi đầu tư thời gian và tiền bạc của mình vào một công ty mới chỉ bởi vì một sản phẩm mới, bạn hãy chắc chắn rằng sản phẩm đó thực sự là duy nhất. Nếu phát hiện ra quá muộn thì bạn đã có vô vàn đối thủ cạnh tranh có thể tạo nên kết quả khác biệt tốt hơn so với bạn vì họ có đầy kinh nghiệm và làm việc quá lâu năm trong ngành.

Những ý tưởng và công dụng của sản phẩm mới phải dựa trên sự nhận định chính xác nhu cầu khách hàng cần, muốn và mong đợi những gì. Một công ty phát minh một sản phẩm mới và hệ thống kinh doanh phải định vị đúng mức về sản phẩm để tạo ra lòng hăng hái cho những nhà phân phối của nó. Tìm thấy niềm hứng thú đối với những sản phẩm mới cần phải là một quyền ưu tiên đặc biệt cho mỗi nhà phân phối nghiêm túc tìm " bắt được sóng " của một khuynh hướng sản phẩm mới.

Đây là chín câu hỏi quan trọng khi đánh giá mỗi sản phẩm :

1. Công dụng, được dùng để phân biệt sản phẩm này, có đáp ứng một nhu cầu hoặc thỏa mãn một mong muốn nào của khách hàng?
2. Khách hàng có nhận được một giá trị hợp pháp khi mua hàng?
3. Liệu khách hàng có nhận thấy chất lượng tương tự như họ nhận thấy được ở những nhãn hiệu khác của nhà nước?
4. Sản phẩm có mang lại được cho khách hàng những lợi ích cao cấp hơn so với những sản phẩm tương tự có sẵn trên thị trường hay không?
5. Sản phẩm mới có giải quyết được cho khách hàng vấn đề mà những sản phẩm tương tự chưa làm được?
6. Có yếu tố tiện ích nào của sản phẩm khiến nó vượt lên hàng đầu so với những sản phẩm tương tự không?
7. Sản phẩm có thể tiêu thụ được hay mang lại dòng thu nhập thặng dư nào đó không?
8. Những mức lợi nhuận có thích đáng với công sức bạn bỏ ra hay không?
9. Công ty có cung cấp cho bạn những phương tiện hỗ trợ và trợ giúp bán hàng giúp cho công việc của bạn dễ dàng hơn?

   Nếu bạn đủ may mắn để tìm được một công ty với một sản phẩm mới cho bạn có thể trả lời "có"với những câu hỏi trên, bước tiếp theo là hãy xem xét mô hình và hệ thống hỗ trợ kinh doanh của công ty. Biết cách làm thế nào để đặt những câu hỏi xác thực chính là bước quan trọng nhất trong quá trình tìm thấy câu trả lời giúp bạn quyết định có học hỏi kinh doanh trong KDTM hay không.

Vì sao giới trẻ Việt Nam vẫn ngại kinh doanh?

Bước chân vào đại học, nhiều sinh viên mơ tới một ngày mai tươi sáng. Một trong những "giấc mơ" tươi sáng nhất với họ là được làm "người nhà nước". Có rất ít người nghĩ mình sẽ khởi nghiệp từ một quán "cơm bụi"!

Một điều tra mới đây của Bộ Kế hoạch và Đầu tư cho thấy, số người dưới 30 tuổi ở Việt Nam chọn con đường kinh doanh khởi nghiệp và trở thành chủ doanh nghiệp là rất thấp, chỉ chiếm 7,28% trong hơn 40.000 doanh nghiệp được điều tra.

Số liệu điều tra cho thấy, độ tuổi của chủ doanh nghiệp Việt Nam cụ thể là, dưới 30 tuổi chiếm 7,28%; từ 30 đến 40 tuổi chiếm 25,67%; từ 41 đến 50 tuổi chiếm 31,71%; trên 50 tuổi chiếm 19,29%...

Theo các chuyên gia, tỷ lệ này là khá thấp so với các nước khác và cần phải khơi dậy tinh thần kinh doanh trong giới trẻ thông qua các chương trình đào tạo và khuyến khích họ lập nghiệp.

Vậy, vì sao giới trẻ Việt Nam ngại kinh doanh, dẫu vẫn biết "phi thương bất phú"?

Giấc mơ làm người nhà nước

Ngay từ khi bước chân vào Đại học, rất nhiều sinh viên mơ tới một ngày mai tươi sáng. Và một trong những giấc mơ tươi sáng nhất với đa số họ là được làm người nhà nước. Với họ, mọi kỳ thi không thể nào quan trọng bằng kỳ thi công chức. Có đỗ cao trong kỳ tốt nghiệp, nhưng ra trường trượt thi công chức coi như vỡ mộng. Và lại ôn tập cho kỳ thi công chức năm sau. Có đi làm chỉ là chờ đợi cơ hội.

Thứ nhất, các bậc phụ huynh nuôi con ăn học đã luôn cấy vào đầu con mình tư tưởng được làm "người nhà nước". Theo đó, làm nhà nước là để đảm bảo chắc chân lâu dài, không sợ mất việc. Vào nhà nước là để "ăn về sau", tức là được hưởng trợ cấp, lương hưu lâu dài và thậm chí mỗi năm đến ngày lễ, ngày hội ngành... được một vài món quà có giá trị.

Thứ hai là, thực chất, "người nhà nước" theo như hiểu biết của những người trẻ tuổi là những người luôn an toàn trước mọi biến cố kinh tế. Chẳng hạn, khi giá tăng, chính sách lương sẽ được điều chỉnh để phù hợp với giá cả. Còn những người bình thường sẽ phải gánh chịu tất cả những biến cố đó mà không thể vịn vào ai.

Và còn nhiều những "đặc quyền" khác mà người trẻ tuổi cảm thấy muốn được hưởng. Đó cũng chính là những rào cản ngăn họ thoát ra khỏi luồng suy nghĩ bình thường để trở thành một ông chủ doanh nghiệp thực thụ.

Quan niệm của xã hội

Phần lớn cử nhân sau khi tốt nghiệp muốn làm "người nhà nước" hoặc làm thuê, khiến cho số ít doanh nhân có trình độ từ cử nhân trở lên. Quan niệm của những người sống quanh ta quả là không nhỏ. Nếu bạn đang chinh phục một cô gái "con nhà lành", điều cần thiết nhất để chứng minh tính nghiêm túc trong tình yêu của mình với phụ huynh cô ta là bạn phải khẳng định được mình đang có một công ăn việc làm ổn định.

Và với họ, chỉ có làm trong cơ quan nhà nước mới có thể nói là ổn định! Hỏi thế nào là ổn định bạn sẽ được giải thích như điều thứ nhất vừa nói. Nếu nói đang làm cho một doanh nghiệp tư nhân hoặc đang lập nghiệp với một công ty riêng nho nhỏ, sẽ xuất hiện vài tiếng thở dài và ánh mắt nghi ngại.

Đó là chưa kể tới quan niệm "con buôn", dù mấy năm gần đây đã "nhạt phai" theo dòng chảy của cơ chế thị trường, vẫn còn hiển hiện. Đi buôn là đi đánh quả, là làm lậu, là trục lợi trên mồ hôi người khác!!!

Và vô số những quan niệm hết sức lệch lạc, cũ kỹ mà điểm tựa cho nó là những lý giải hết sức ngây thơ và duy ý chí.

Tự bó mình trong những vòng vây khó

Thế nhưng, bản thân những chàng trai cô gái trẻ ở Việt Nam ngày nay cũng đang tự làm khó cho mình, tự chùn tay trước khi chọn hướng khởi nghiệp. Nhiều người quan niệm, trước

> tuổi 30 cần có một sự nghiệp vững chắc. Và với đại đa số nhiều người, sự nghiệp thường là một công ăn việc làm có thu nhập khá ở một đơn vị nào đó tương đối lớn và có triển vọng. Đúng, nhưng chưa đủ.

Ít người coi sự nghiệp của mình là một công ty, một cửa hàng do chính mình lập ra. Sự nghiệp không thể chỉ là một quán "cơm bụi" được, tầm thường quá. Sự nghiệp lại càng không thể là một cái gì đó chứa đựng nhiều rủi ro, nhỡ thua lỗ là hỏng cả sự nghiệp thì sao... Vô số những cái que nhỏ lẻ ấy đã tạo thành một rào cản cực lớn ngăn cản không ít người trẻ gia nhập thương trường.

Thế nhưng, ngay cả khi đã quyết chọn sự nghiệp cho mình là khởi nghiệp với một công ty riêng hay cửa hàng độc lập, vẫn còn vô số vòng kim cô khác thít chặt lấy tư duy của những người trẻ tuổi. Một người học khoa quản lý nhân lực nhất định tìm cách lập một doanh nghiệp có liên quan tới ngành đó, bất chấp địa phương mình hoạt động chưa có nhu cầu cao, trong khi lại bỏ lỡ cơ hội khởi nghiệp trong một ngành tuy trái với chuyên môn nhưng lại nằm trong khả năng xoay xở của mình. Người khác cho rằng khởi nghiệp trong ngành phần mềm thì sang trọng hơn khởi nghiệp trong ngành thức ăn gia súc... Đó là những chiếc vòng vẫn ngày ngày thít chặt tư duy các cô cử và kỹ sư trẻ tuổi!

Thiếu tư duy và khát vọng làm chủ

> Tất cả các trở ngại trên, sở dĩ nhiều người trẻ ở Việt Nam không vượt qua nổi, chung quy lại là do thiếu tư duy và khát vọng làm chủ.

Rất nhiều sinh viên đang học một lúc 2 - 3 trường đại học. Vô số những người khác tranh thủ kiếm thêm cái bằng tin học, ngoại ngữ... ngoài giờ học chính khoá. Điều đó là nên làm. Song vấn đề lại ở chỗ mục tiêu học của họ thường chỉ là: để sau này nhiều người muốn thuê

mình, để không xin được việc ở chuyên môn này thì làm cho hãng khác với chuyên ngành kia...

Rất ít người khẳng định mình học nhiều như thế để sau này tự làm cho chính mình trong khi nhân công còn thiếu hụt lúc vừa khởi nghiệp. Đa số vẫn thiếu tư duy làm chủ mà chỉ thiên về tư duy làm thuê! Tư duy ấy không có lợi cho những ai đủ điều kiện và cơ hội lập nghiệp riêng, ít nhất là như vậy.

Cũng rất ít những người trẻ ở Việt Nam mang trên mình khát vọng làm giàu cháy bỏng. Ai cũng muốn giàu có, song chỉ một chút trở ngại, chỉ vài thứ quyến rũ đâu đó bên ngoài, khát vọng ấy đã tắt rụi. Không dám đánh đổi những gì mình đang có để đạt được cái lớn hơn phía trước thì không thể là một doanh nhân được, đó là quy luật. Một việc làm với thu nhập tương đối cao và các khoản trợ cấp hậu hĩnh cộng với những khoản thu "ngoài sổ sách" hấp dẫn hơn hay là một việc làm với nguồn thu cao thấp bất thường hấp dẫn hơn?

Trên đây là một số nguyên nhân thường gặp mà vì nó, rất nhiều người trẻ ở Việt Nam đang bỏ phí những cơ hội làm giàu từ chính năng lực của mình. Vì những nguyên nhân như vậy mà tới ngày nay, số người dưới 30 tuổi ở Việt Nam chọn con đường kinh doanh để khởi nghiệp và trở thành chủ doanh nghiệp là rất thấp, chỉ chiếm 7,28% trong hơn 40.000 doanh nghiệp được điều tra.

Hy vọng, giới trẻ Việt Nam sẽ nhanh chóng thay đổi tư duy, sửa đổi cách nghĩ và làm, để qua đó tự bổ sung mình vào đội ngũ doanh nhân Việt Nam khoảng trên 1 triệu doanh nhân đang ở tuổi thanh niên chủ doanh nghiệp trẻ, năng động vào năm 2010.